

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang MBKM *Cluster* Proyek Desa

Karakter mahasiswa dapat dikuatkan melalui kegiatan mengerjakan proyek di desa (Menteri Pendidikan dan Kebudayaan, Nadiem Anwar Makarim, 2020). Sebagai generasi penerus bangsa dan calon pemimpin di masa depan, masyarakat ditantang untuk melakukan hal baru dan mengatasi permasalahan nyata yang terjadi di desa. Selain melakukan hal baru dan keluar dari zona nyaman, mahasiswa dapat berinteraksi langsung dengan penduduk desa untuk meningkatkan jiwa sosial. Tidak hanya berinteraksi dengan warga dan pengurus desa secara langsung, pada MBKM *Cluster* Proyek Desa ini mahasiswa juga dapat bekerja sama dengan mahasiswa program studi lain. Setelah menjalani berbagai interaksi dan kegiatan, para mahasiswa juga bisa mendapatkan pengalaman dan pengetahuan yang tidak didapat selama perkuliahan, sehingga dapat menguatkan karakter mahasiswa. Selain dari segi karakter, dalam Proyek Desa ini mahasiswa juga membantu perkembangan desa dalam segi perekonomian kelas kecil hingga menengah, budaya, dan sosial dengan cara membantu UMKM.

Di Indonesia, keberadaan Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) telah menguasai dunia usaha, dengan jumlah lebih dari 26 juta atau sekitar 98,68 % (tidak termasuk sektor pertanian). Pada krisis moneter yang terjadi pada tahun 1997 hingga 1998 di Indonesia, UMKM masih bisa bertahan diantara perusahaan-perusahaan besar yang kesulitan bertahan. Dari hal tersebut, terbukti bahwa kontribusi yang diberikan oleh UMKM untuk perekonomian Indonesia berdampak signifikan. Namun, dalam bersaing dengan jenis usaha lain, UMKM Indonesia dinyatakan masih memiliki kesulitan untuk berkembang. UMKM Indonesia masih memiliki keterbatasan dari segi penggunaan teknologi, tidak mengikuti tren dan perubahan perilaku konsumen, kualitas Sumber Daya Manusia (SDM), pengetahuan, dan modal usaha. UMKM yang terdapat di desa juga merupakan pihak yang berkontribusi untuk perekonomian Indonesia, dan memiliki potensi yang

dapat dikembangkan. Dari potensi dan prospek yang ada, pemerintah juga mendorong UMKM yang terdapat di pedesaan untuk berkembang sehingga dapat bersaing pada skala yang lebih besar, yaitu skala internasional.

Pada MBKM *Cluster* Proyek Desa ini, UMN bekerja sama dengan Desa Lengkong Kulon, Desa Serdang Wetan, Desa Rancagong, Desa Kemuning, Desa Pagedangan, Desa Curug Sangereng, Desa Cijantra, dan Desa Legok. Berkaitan dengan hal ini, kelompok penulis memilih Desa Legok, yang terletak di Kabupaten Tangerang, Provinsi Banten, Indonesia. Selain bermata pencaharian sebagai petani, Desa Legok juga terdiri dari pemilik UMKM yang memiliki potensi untuk dikembangkan. Kualitas produk UMKM Desa Legok juga baik, namun untuk tingkat kesadaran dalam aspek kualitas promosi dan *branding* masih cukup rendah dan kurang maksimal, karena tidak banyak masyarakat yang mengetahui keberadaan *brand* tersebut.

Di Desa Legok sendiri, terdapat banyak jenis UMKM yang berfokus dalam bidang *food and beverage*, seperti kue, ayam bakar, makanan khas Arab, dan lain-lain. Dalam hal ini, penulis dan kelompok memilih untuk berfokus UMKM yang bernama Herni Bakery, yang berfokus dalam menjual bahan pembuatan kue, dan bermacam variasi kue, seperti kue basah (brownies, bolu roll, dan roti), kue kering, dan kue ulang tahun. Dalam kunjungan yang dilakukan oleh kelompok penulis, kelompok penulis menyimpulkan bahwa Herni Bakery merupakan UMKM yang sangat memiliki potensi untuk dikembangkan lebih lanjut. Potensi yang dimiliki oleh Herni Bakery adalah produknya yang terdiri dari banyak varian, sehingga dapat menyesuaikan dengan selera konsumen yang berbeda-beda, kualitas rasa produk pun baik dan harganya sangat terjangkau. Herni Bakery juga merupakan UMKM yang sangat *customer oriented* karena memiliki servis pembuatan kue yang dapat menyesuaikan dengan *budget* konsumen. Namun, Herni Bakery masih belum memiliki *visual identity* dan media promosi yang baik, sehingga masih banyak masyarakat Desa Legok, atau di luar Desa Legok yang belum mengetahui keberadaan Herni Bakery.

Dari latar belakang tersebut, kesimpulan yang didapat oleh penulis adalah Herni Bakery membutuhkan media promosi dan strategi pemasaran yang lebih detail dan efektif, sehingga dapat lebih dikenal oleh masyarakat. Oleh karena itu, kelompok penulis ingin memberikan solusi dalam bentuk desain yang terdiri dari *graphic standard manual*, *visual identity*, media *collateral* seperti kemasan, desain media sosial, dan fotografi. Melalui proses desain tersebut, penulis dan kelompok juga bertujuan untuk mengembangkan kemampuan *hard skill* dalam mendesain, dan *soft skill* dalam bekerja dalam tim, serta bekerja secara profesional dengan Herni Bakery. Dengan MBKM *Cluster* Proyek Desa ini, penulis dan kelompok juga berharap untuk mengembangkan tingkat kesadaran akan permasalahan sosial yang ada, dengan cara berkontribusi kepada permasalahan yang nyata.

1.2 Rumusan Masalah MBKM *Cluster* Proyek Desa

Berdasarkan latar belakang di atas, maka dapat dirumuskan masalah sebagai berikut "Bagaimana perancangan identitas visual dan implementasinya pada media promosi Herni Bakery Desa Legok?".

1.3 Batasan Masalah MBKM *Cluster* Proyek Desa

Penulis dan kelompok membuat batasan masalah yang meliputi:

- Demografis
 - Jenis kelamin : Perempuan dan laki-laki
 - Usia : 20 – 35 tahun (millennial – generasi z)
 - SES : B – C1
 - Masyarakat dengan SES B merupakan masyarakat dengan pengeluaran Rp 3.000.000 – 5.000.000 perbulannya, dan masyarakat dengan SES C1 berpengeluaran Rp 2.000.000 – Rp 3.000.000 (Talenta Data Indonesia, 2022).
 - Pekerjaan : Mahasiswa, pegawai kantor, ibu rumah tangga, dan pengusaha.
- Geografis
 - Primer : Desa Legok
 - Sekunder : Tangerang dan sekitarnya

- Geodemografis: Pedesaan
- Psikografis : Masyarakat yang gemar membuat dan mengonsumsi kue/roti, serta memberikan hadiah kepada orang lain untuk merayakan hari spesial.

1.4 Maksud dan Tujuan MBKM *Cluster* Proyek Desa

Maksud penulis memilih program MBKM *Cluster* Proyek Desa adalah untuk menggunakan ilmu dan praktik desain sebagai pemecah masalah di kehidupan nyata. UMKM yang dipilih penulis adalah Herni Bakery, toko kue dan bahan kue yang terletak di Desa Legok. Proyek yang akan dilakukan adalah merancang identitas visual dan mengimplementasikannya ke dalam media promosi Herni Bakery, seperti media *collateral*, desain kemasan, produk katalog, fotografi, dan media sosial.

Pencapaian dari MBKM *Cluster* Proyek Desa yang dapat dipertanggungjawabkan setelah program terlaksana adalah tersusunnya identitas visual dan media promosi Herni Bakery. Meningkatkan *brand awareness* Herni Bakery agar dapat lebih dikenal oleh penduduk Legok dan sekitarnya, sehingga dapat meningkatkan penjualan dari Herni Bakery. Identitas visual yang jelas juga dapat meningkatkan kualitas visual, sehingga Herni Bakery bisa bersaing dengan kompetitor.

1.5 Manfaat Melaksanakan MBKM *Cluster* Proyek Desa

Berikut merupakan manfaat dari program MBKM *Cluster* Proyek Desa yang didapat bagi penulis, masyarakat, Universitas Multimedia Nusantara, dan pemilik UMKM Herni Bakery.

1. Penulis.

Program MBKM *Cluster* Proyek Desa menjadi sarana bagi penulis untuk mengimplementasikan teori dan ilmu yang sudah dipelajari selama perkuliahan sebagai pemecah masalah yang sesuai dengan kebutuhan UMKM.

2. Masyarakat.

Laporan MBKM *Cluster* Proyek Desa ini diharapkan dapat menjadi referensi terkait proses perancangan identitas visual, yang berawal dari *graphic standard manual* (GSM) hingga cara mengimplementasikannya kepada media promosi seperti media sosial, katalog promosi, dan fotografi, serta membuat masyarakat lebih sadar akan pentingnya memiliki identitas visual bagi suatu *brand*.

3. Bagi Universitas

Laporan MBKM *Cluster* Proyek Desa ini diharapkan dapat menjadi sumber informasi dan referensi untuk mahasiswa terkait perancangan identitas visual, *branding*, dan media promosi.

1.6 Waktu dan Prosedur Pelaksanaan MBKM *Cluster* Proyek Desa

Berikut informasi tentang MBKM *Cluster* Proyek Desa dan kegiatan yang sudah dilakukan oleh penulis:

- Program MBKM *Cluster* Proyek Desa berbobot 20 SKS dengan waktu kerja sejumlah 800 jam, atau 20-21 minggu dalam 1 semester.
- Sosialisasi Program MBKM termasuk MBKM *Cluster* Proyek Desa telah diselenggarakan pada tanggal 28 Oktober 2022 di *Function Hall* Universitas Multimedia Nusantara.
- Pendaftaran MBKM dilakukan pada tanggal 30 November 2022, dan pada pendaftaran ini, penulis mengisi *form* berisi penentuan desa dan luaran.
- Penulis bergabung ke dalam grup LINE MBKM *Cluster* Proyek Desa Pada tanggal 8 Desember 2022.
- Penulis melakukan bimbingan dengan dosen akademik Ibu Ratna Cahaya Rina dan melakukan KRS pada tanggal 26 Januari – 27 Januari 2023 pada tanggal 19 Januari 2023.
- Melakukan registrasi MBKM pada tanggal 28 Januari – 5 Februari 2023. Registrasi dilakukan secara *online* di *website* <https://merdeka.umn.ac.id/web/> untuk mengajukan proposal MBKM dan mendapatkan LoA (*Letter of Acceptance*).

- Program MBKM *Cluster* Proyek Desa dimulai pada tanggal 6 Februari 2023 dan penulis melakukan penugasan berupa *daily task* yang dikerjakan dari jam 08.00 – 18.00 setiap harinya.
- Dalam Program MBKM *Cluster* Proyek Desa mahasiswa harus melakukan bimbingan dengan dosen pembimbing internal minimal empat kali sebelum Evaluasi 1 dan empat kali sebelum Evaluasi 2, sehingga berjumlah delapan kali dalam satu semester.

Berikut jadwal mendatang untuk MBKM *Cluster* Proyek Desa:

- Evaluasi 1 *Cluster* MBKM akan diselenggarakan pada tanggal 27 Maret – 8 April 2023.
- Evaluasi 2 pada tanggal 19 – 23 Juni 2023.
- Pada tanggal 26 – 30 Juni 2023, pendaftaran sidang dibuka.
- Pengecekan kelengkapan dokumen berlangsung pada tanggal 3 – 7 Juli 2023.
- Sidang akan dilaksanakan pada tanggal 10 – 14 Juli 2023.
- Pengumpulan, pengesahan, dan submisi laporan akhir sidang MBKM diselenggarakan pada tanggal 17 – 21 Juli 2023.

