

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang MBKM Cluster Proyek Desa

Desa Pagedangan merupakan salah satu desa yang terletak di kabupaten Tangerang. Desa ini sudah ada sejak 1935, yang mana saat itu masih di masa kolonial Belanda. Desa ini merupakan pusat kegiatan masyarakat, lokasi nya strategis terletak di pusat kegiatan masyarakat, yang berada di antara Kecamatan Legok dan kota Tangerang Selatan. Desa ini dekat dengan pasar-pasar tradisional dan modern yang terdapat di Tangerang.

Desa Pagedangan terdapat Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) yang menyebar di dalamnya. Ikhwan selaku sekretaris desa Pagedangan mengatakan, memiliki harapan yang besar untuk bisa memajukan UMKM yang ada di desa tersebut. Dalam upaya mengembangkan UMKM ini mereka melakukan produksi seperti makanan dan kerajinan untuk di perjual belikan. Namun UMKM yang ada di desa ini belum bisa memperluas bisnis mereka karena adanya keterbatasan dalam menjalankan upaya agar usahanya bisa di kenal banyak orang. Ikhwan juga menjelaskan bahwa pelaku UMKM di desa Pagedangan memiliki omset yang menurun setiap tahunnya karena mereka belum memiliki identitas visual yang jelas, sehingga orang menjadi kurang *aware* dengan produk yang mereka tawarkan.

Menurut UU No. 20 Tahun 2008, UMKM adalah usaha yang di Kelola secara perorangan atau suatu usaha yang mengarah ke ekonomi produktif yang telah di tetapkan dalam undang-undang. UMKM sendiri bisa terbagi menjadi tiga, usaha mikro, usaha kecil, dan usaha menengah. Pemerintah juga memiliki harapan besar terhadap UMKM untuk bisa membantu dalam membangun tumbuhnya perekonomian negara. UMKM ini merupakan industri usaha dengan skala terbatas. Ada banyak persoalan yang perlu dihadapi ketika ingin mengembangkan suatu UMKM yaitu mengatur strategi pemasaran yang tepat dan juga memiliki citra dari brand yang tegas sehingga itu sendiri sehingga mampu untuk bersaing dengan UMKM lain dan bisa melekat di pikiran masyarakat.

Buemar Craft merupakan salah satu UMKM yang merupakan kerajinan eco friendly dengan memanfaatkan limbah sampah plastik untuk di daur ulang menjadi sesuatu yang bermanfaat, UMKM ini berlokasi di Desa Pagedangan. Buemar craft ini merupakan industri rumahan yang memiliki banyak potensi untuk bisa dikenal banyak orang dan banyak peminatnya terutama bagi para ibu-ibu yang berusia 40-49 tahun.

Dundes (1984) Identitas merupakan suatu hal yang terdapat pada entitas dan dapat membuatnya untuk di kenal orang tanpa di sadari oleh pemilik merek tersebut. Maka penting adanya identitas visual bagi suatu UMKM. Saat ini Buemar Craft dalam pengamatan penulis belum memiliki identitas visual yang jelas sehingga brandnya sulit untuk dikenal dan diingat masyarakat. Dengan adanya identitas visual yang jelas, suatu usaha bisa dipasarkan secara meluas dengan mudah. Hal ini bisa membangun awareness dari masyarakat akan brand yang kita ingin kenalkan. Buemar Craft ini juga belum paham mengenai pemasaran di media online, tanpa adanya identitas visual yang jelas maka hal itu bisa menghambat dalam pemasarannya.

Tanpa adanya identitas visual ini, *brand awareness* nya belum terbentuk, sehingga sulit untuk meningkatkan jumlah penjualan yang mana menghambat kenaikan omset bisnis tersebut. Dengan adanya identitas visual bisa membantu usaha ini untuk tetap bisa bertahan pada ketatnya persaingan dunia bisnis dan juga menambahkan value dari produk tersebut dan bisa membangun kepercayaan pembeli terhadap produk yang akan dipasarkan.

Berdasarkan penjelasan di atas maka penulis akan membuat identitas visual terhadap bisnis UMKM Buemar ini agar produk nya bisa lebih memiliki nilai jual dan meningkatkan penjualan produknya. Hal ini juga akan berpengaruh pada perkembangan bisnis nya dan lebih dikenal di kalangan masyarakat luas.

Dengan demikian, maka diharapkan bisnis ini bisa memiliki citra yang baik yang mana sesuai dengan harapan dari pemilik bisnis ini sendiri.

1.2 Rumusan Masalah MBKM Cluster Proyek Desa

Bagaimana perancangan identitas visual untuk UMKM Buemar Craft?

1.3 Batasan Masalah MBKM Cluster Proyek Desa

Berikut ini beberapa batasan masalah dalam penelitian ini:

1. Lingkup yang akan dirancang meliputi perancangan identitas visual seputar penciptaan citra brand yang sesuai dengan objek penelitian yaitu produk UMKM yang dipilih.
2. Target (demografis) perancangan ini ditujukan bagi masyarakat terutama wanita di kisaran umur 40-49 tahun yang tinggal di desa Pagedangan yang berdomisili di Kabupaten Tangerang, Provinsi Banten.

1.4 Maksud dan Tujuan MBKM Cluster Proyek Desa

1. Membantu bisnis Buemar Craft di desa Pagedangan agar memiliki identitas / citra brand yang memudahkan dalam pemasaran produk.

Proyek desa ini bertujuan untuk memberikan citra brand sehingga adanya ketertarikan dari masyarakat, karena adanya kejelasan dari identitas brand/UMKM ini sendiri.

2. Meningkatkan nilai penjualan Buemar Craft

Dengan adanya proyek desa ini diharapkan UMKM Buemar Craft di desa Pagedangan bisa mendapatkan lebih banyak orderan karena adanya citra brand.

3. Membangun citra dan *brand awareness* Buemar Craft agar dapat bersaing dengan UMKM lainnya

Dengan adanya identitas visual maka dapat membantu UMKM ini agar bisa tetap bertahan dan bahkan bersaing di dunia bisnis ini dengan adanya identitas visual yang kokoh bisa meningkatkan daya saing di dunia penjualan.

1.5 Manfaat Melaksanakan MBKM Cluster Proyek Desa

Hasil program MBKM proyek desa ini diharapkan dapat memberikan manfaat bagi berbagai pihak yang berkaitan dengan perancangan ini. Manfaat yang didapat dalam pembuatan perancangan ini antara lain:

1. Bagi penulis, desain ini dapat mendorong kreativitas dan meningkatkan kemampuan berpikir analitis dan strategis sebagai pemecah masalah dan memberikan kontribusi positif bagi UMKM di Desa Pagedangan.
2. Bagi orang lain, diharapkan mereka dapat belajar dan merasakan daya tarik mempromosikan dan mensosialisasikan seluruh UMKM yang ada di Desa Pagedangan.
3. Bagi universitas, dapat menjadi jembatan bagi pelaksana proyek desa MBKM dan membantu desa dalam keberhasilan perencanaan.

1.6 Waktu dan Prosedur Pelaksanaan MBKM Cluster Proyek Desa

Dalam pelaksanaan MBKM Cluster Proyek Desa ini, bobot 20 sks atau setara dengan 800 jam kerja selama 18-20 minggu dalam 1 semester harus di penuhi oleh tim pelaksana. Paket mata kuliah yang diambil ini meliputi *Community Outreach Project Idea*, *Community Outreach* (tahap 1), *Socio Entrepreneurship Development & Managing*, dan *Community Outreach* (tahap 2).

MBKM Cluster Proyek Desa		20 sks
DDKV 1 : Community Outreach Project Idea	:	3 sks
DDKV 2 : Community Outreach (Tahap 1)	:	7 sks
DDKV 3 : Socio Entrepreneurship Development & Managing	:	7 sks
DDKV 4 : Community Outreach (Tahap 2)	:	3 sks

Gambar 1.1 Tabel Paket MBKM Cluster Proyek Desa

Sumber: Buku Panduan Cluster MBKM Program Studi DKV UMN (2023)

Berikut ini merupakan kalender pelaksanaan cluster MBKM Proyek Desa yang berlangsung pada periode bulan Februari hingga Juni 2023 dengan pemetaan 800 jam kerja.

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

The image displays a grid of 12 small tables, each representing a semester from Semester I to Semester VIII. Each table contains columns for course numbers, course names, and credit hours. The tables are organized in a 3x4 grid. The first row shows Semesters I, II, and III. The second row shows Semesters IV, V, and VI. The third row shows Semesters VII and VIII. Each table includes a list of courses and their respective credit hours, with some tables also showing a total credit hour for the semester.

Gambar 1.2 Pemetaan 800 jam

Sumber: Buku Panduan Cluster MBKM Program Studi DKV UMN (2023)

Berikut prosedur yang akan dilalui tim pelaksana cluster MBKM ProyekDesa ini.



Gambar 1.3 Alur Prosedur Cluster MBKM

Sumber: Buku Panduan Cluster MBKM Program Studi DKV UMN (2023)

Proses pendaftaran cluster MBKM proyek desa melalui beberapa tahapan, mulai dari pelaksanaan sosialisasi klaster MBKM secara luring hingga orientasi calon peserta terhadap data pendaftaran cluster MBKM yang terkumpul dan kegiatan pra-KRS. Selanjutnya siswa diminta untuk mengambil KRS MBKM kelompok yang dipilih berdasarkan keputusan yang diambil. Saat mendaftar MBKM, mahasiswa akan mendaftar di website merdeka untuk mendapatkan formulir MBKM yang dibutuhkan

Tim implementasi kemudian akan memasuki Fase 1 dari periode pendampingan untuk mengerjakan laporan dan makalah penelitian dan Menghadapi evaluasi Fase 1 oleh reviewer internal dan eksternal. Selama periode konsultasi fase 2, Eksekutif akan melanjutkan aktivitas desain dan bimbingan untuk memenuhi prasyarat Sesi Penilaian 2. Kemudian, tahap registrasi dan verifikasi kelengkapan dokumen akan dilanjutkan hingga tahap 2 rapat evaluasi. Pada tahap akhir, para peserta akan mengedit dan menyetujui laporan yang akan disajikan di situs web independen mereka.

1.7 Pilar Desain Komunikasi Visual

Pilar-pilar desain komunikasi visual adalah prinsip-prinsip dasar yang digunakan dalam menciptakan pesan visual yang efektif dan menarik. Beberapa pilar yang umumnya diterapkan dalam desain komunikasi visual. Di bawah ini merupakan peta profesi untuk memberikan gambaran mengenai fungsi dan lingkup bidang Desain Grafis/Desain Komunikasi Visual

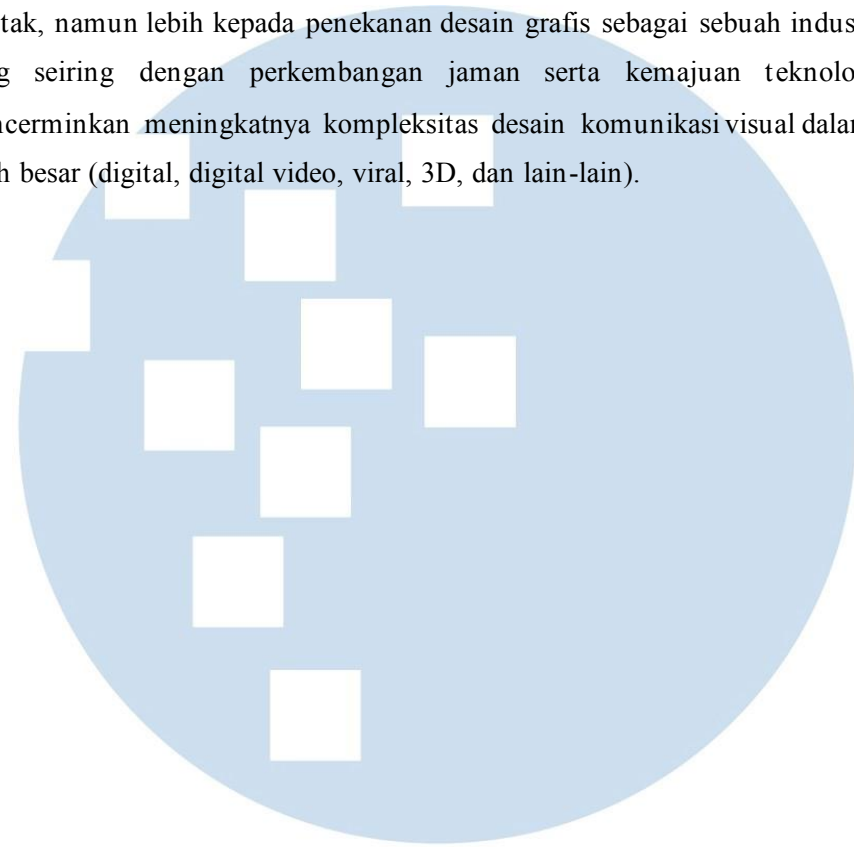


Gambar 1.4 Peta Profesi Desain Grafis

Dari peta profesi tersebut terlihat lingkup profesi bidang Desain Grafis/Desain Komunikasi Visual yang mencakup 3 (tiga) fungsi pentingnya yaitu to inform, to identify, dan to persuade. Fungsi memberikan informasi, mengidentifikasi dan membujuk (mempersuasi) dengan mempergunakan media grafis (berbasis cetak), media digital, dan environmental (lingkungan).

Dalam hal ini penulis terkelompok dalam fungsi identifikasi. Dalam hal ini Desain Grafis/DKV yang dimaksud adalah proses komunikasi visual, dalam menyelesaikan masalah melalui penggunaan jenis huruf, ruang, warna dan gambar. Proses komunikasi visual dimulai dari identifikasi masalah, pembuatan ide strategi dan konsep, hingga pengembangan visualisasi agar menjadi solusi untuk permasalahan klien/pihak yang

memberi pekerjaan. Pengertian istilah Desain Grafis dalam konteks ini adalah bukan mengacu kepada grafika atau seni desain yang berhubungan dengan hal-hal yang dicetak, namun lebih kepada penekanan desain grafis sebagai sebuah industri seni desain yang seiring dengan perkembangan jaman serta kemajuan teknologi dan ilmu mencerminkan meningkatnya kompleksitas desain komunikasi visual dalam format yang lebih besar (digital, digital video, viral, 3D, dan lain-lain).



UMN

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA