

Bersinergi Menjadi Pahlawan di Tengah Pandemi

by Kezia Christyfani

Submission date: 30-Jul-2022 01:56PM (UTC+0700)

Submission ID: 1876829263

File name: KEZIA_kompres.pdf (5.33M)

Word count: 2456

Character count: 15592



PETRA PRESS



Bersinergi Menjadi Pahlawan di Tengah Pandemi

Kolaborasi Bersama Memajukan
Ekonomi Melalui UMKM

Kezia Christyfani Fakoniko
Bernadette D.A. Maer, S.Sn., MA
Dr. Listia Natadjaja, S.T., M.T., M. Des.



Kezia Christyfani Fakoniko

Pernadette D.A. Maer, S.Sn., MA

4

Dr. Listia Natadjaja, S.T., M.T., M. Des

2

Kutipan Pasal 44

Barang siapa dengan sengaja dan tanpa hak mengumumkan atau memperbanyak suatu ciptaan atau memberi ijin untuk itu, dipidana paling lama 7 (tujuh) tahun dan/atau denda paling banyak Rp 100.000.000,- (seratus juta rupiah).

Barang siapa dengan sengaja menyiarkan, memamerkan, mengedarkan, atau menjual kepada umum dalam ayat (1) dipidana dengan pidana penjara paling lama 5 (lima) tahun dan/atau denda paling banyak Rp 50.000.000,- (lima puluh juta rupiah).

Kolaborasi bersama memajukan
ekonomi melalui UMKM.

Bersinergi Menjadi Pahlawan di Tengah Pandemi.

Kezia Christyfani Fakoniko

Bernadette D.A. Maer, S.Sn., MA, ⁴ Dr. Listia Natadjaja, S.T., M.T., M. Des.

² Bagian Penerbit Lembaga Penelitian dan Pengabdian kepada Masyarakat,

Universitas Kristen Petra, 2021

ISBN: 978-602-5446-71-9

Bersinergi Menjadi Pahlawan di Tengah Pandemi

² Cetakan Pertama, Juni 2021

Desainer Sampul & Penata Letak:

Kezia Christyfani

@Hak cipta ada pada penulis Hak penerbit pada penerbit

Tidak boleh diproduksi sebagian atau seluruhnya dalam bentuk apapun
tanpa seijin tertulis dari pengarang dan/atau penerbit

Penerbit:

Lembaga Penelitian dan Pengabdian kepada Masyarakat PETRA PRESS

Universitas Kristen Petra

Jl. Siwalankerto No. 121-131, Surabaya 60236

Telp. 031-2983139, 2983147; Fax. 031-2983111

2

Buku ini lahir di masa Pandemi Covid-19
dan didedikasikan untuk Universitas Kristen Petra.

Pengantar

Pengembangan produk UMKM merupakan salah satu yang menjadi solusi disaat pandemi covid 19 , tantangan mengembangkan usaha UMKM tidaklah mudah karena semua aktivitas masyarakat saat pandemi berkurang sehingga berdampak pada beberapa UMKM , Kezia Christyfani tidak patah semangat keilmuan dibidang desain komunikasi visual diaplikasikan dengan memberikan pemberdayaan masyarakat di kawasan Siwalankerto Surabaya melalui desain branding dan kemasan produk UMKM.

Melalui program ini, terjadi kolaborasi antara mahasiswa dengan mitra dalam hal ini UMKM keilmuan yang didapatkan di kampus bisa diterapkan ke masyarakat dengan inovasi serta kreatifitas. Luarannya bisa memberikan kontribusi kepada UMKM diharapkan bisa memahami bagaimana memberikan nilai dalam suatu produk sampai pada komunikasi brandingnya .

Kegiatan LEAP Community Engagement merupakan kegiatan terpadu yang dilakukan oleh mahasiswa dan pelaksanaanya dalam kurun waktu 1 tahun (Semester Ganjil dan Genap 2020/2021). Kegiatan juga ini merupakan penerapan konsep kampus merdeka belajar berbasis komunitas sebagai wujud nyata penerapan jiwa kepemimpinan bagi mahasiswa dan sebagai bentuk pertanggungjawaban bidang keilmuan DKV yang telah digelutinya selama 6 semester.

Dalam kegiatan ini mahasiswa mendapatkan pengalaman belajar di luar program studi atau di luar kampus.

Dengan diterbitkannya buku ini tentunya kami berharap menginspirasi dan memotivasi para pembaca akan lahirnya ide-ide kreatif dari kawula muda khususnya mahasiswa sebagai agen perubahan dalam segala bidang yang bersifat multidisiplin, yaitu mendorong mahasiswa untuk mengembangkan talentanya di luar keilmuan yang ditekuninya untuk tujuan mulia yaitu mensejahterakan masyarakat Indonesia.

Semoga dengan diterbitkannya buku ini bermanfaat bagi para pengambil keputusan dan pembuat kebijakan di sektor pemerintah maupun non pemerintah, serta masyarakat luas. Fakta yang dimuat dalam buku ini dapat digunakan untuk merumuskan kebijakan yang tepat agar berpihak kepada masyarakat sekaligus sebagai bahan untuk meningkatkan kesadaran semua pihak akan pentingnya manfaat kegiatan LEAP Community Engagement ini untuk kepentingan masyarakat yang membutuhkan.

Koordinator LEAP Community Engagement

Prologue

Pandemi Covid-19 yang melumpuhkan ekonomi, Pendidikan dan juga berdampak besar pada ibu-ibu UMKM di erwe06swk. Di tengah waktu yang selalu berjalan, kompetisi yang semakin sengit di antara produk hasil industri rumahan dan mahasiswa yang mengalami kesulitan dalam proses belajar dan mengajar di lapangan. Sebuah kolaborasi terbaik melalui Sama-Sama Collaborative Hub untuk memperlengkapi baik UMKM binaan erwe06swk dan mahasiswa desain di Desain Komunikasi Visual Universitas Kristen Petra.

Melalui *branding* dan desain kemasan, diharapkan dapat menjadi sebuah cara bagi mahasiswa dan UMKM untuk berkembang bersama. Buku ini akan menceritakan bagaimana sebuah sinergi yang baik dapat menghasilkan hal yang besar dan bersama menjadi pahlawan di tengah pandemi.

Kezia Christyfani

Bernadette D.A. Maer, S.Sn., MA

Dr. Listia Natadjaja, S.T., M.T., M. Des.

Special Thanks

Buku ini merupakan buku pertama yang dibuat guna mendapatkan gelar Sarjana Desain.

Tangis dan tawa selama empat tahun ini, ditutup dengan penulisan buku mengenai tugas akhir.

Terima kasih untuk Keluarga, Papa Mama, Koko, Cece, Cynthia, Iksiang dan Jemmy yang selalu *support* Kezia, baik dalam emosional, material dan mendoakan yang terbaik.

Terima kasih untuk Universitas Kristen Petra yang selalu memberi kesempatan dalam menyelesaikan pendidikan tinggi.

Terima kasih untuk Pak Deddi Duto, Bu Nana, Bu Ingrid yang sudah percaya dan memberi dukungan selama berkuliah di Desain Komunikasi Visual Universitas Kristen Petra.

Terlebih Kezia bersyukur karena pemeliharaan Tuhan dalam kehidupan Kezia hingga hari ini.

Semoga setiap halaman di buku ini dapat membantu dan menginspirasi siapapun pembacanya.

Daftar Isi

Sang pahlawan,
UMKM dari
masa ke masa

13

Naik Tangga

26

Sinergi terbaik

29

Titik
Temu

35

Kolaborasi,
Kolaborasi

46


Sang *Pahlawan*

UMKM dari Masa ke Masa

Ketika diminta untuk mendeskripsikan bagaimana seorang pahlawan menurutmu, apa yang ada di bayanganmu? Apakah seperti Soekarno? atau Pattimura? atau figur yang kita sering temukan di dalam uang kertas kita?

Seorang pahlawan selalu dikatakan seorang pahlawan ketika ia sudah mengakhiri hidupnya, tetapi pernahkah kita berpikir siapakah yang disebut pahlawan ketika ia masih hidup? seseorang yang berjuang melawan keadaannya. Salah satunya UMKM yang bangkit melawan tekanan ekonomi dan kesulitan ekonomi yang dihadapinya. Sosok-sosok wanita dibalik UMKM yang berjuang untuk mempertahankan hidup keluarganya, mencari cara, mau belajar dan mau berkarya.

di Surabaya sendiri, terdapat 385.054 UMKM terdaftar yang tersebar di seluruh penjuru kota, UMKM bergerak di bidang makanan dan minuman, dan kerajinan tangan. Ibu-ibu yang terdaftar dalam UMKM sering diberikan pelatihan dari pemerintah melalui Pahlawan Ekonomi. (*Sensus Ekonomi 2016 dan SUTAS 2018*)

A photograph of a person's arm and hand holding a long, narrow piece of fabric with a red and white floral pattern. The fabric is held up against a background of green foliage and thin tree branches. The lighting is natural, suggesting an outdoor setting.

**Walau dalam *kesulitan*
sekalipun, ketika
keadaan tidak menentu,
semangat mereka tak
pernah padam**

Pahlawan Ekonomi merupakan program pemerintah untuk mawadahi UMKM untuk belajar dan berkembang. Pelatihan sering dilakukan untuk membantu ibu-ibu memiliki keterampilan yang baru. Melalui Pahlawan ekonomi, banyak ibu-ibu yang mulai sedikit demi sedikit membuat sebuah usaha.

Tak sedikit UMKM di Surabaya, khususnya di daerah Rukun Warga 06 Siwalankerto yang akrab disebut dengan sebutan erwe06swk. Sebanyak lebih dari 26 UMKM telah dibina melalui erwe06swk yang terdiri dari 7 Rukun Tetangga.

Ibu-ibu di erwe06swk ini telah berjuang selama lebih dari 5 tahun dan di masa ini, ketika pandemi terjadi, kesulitan yang dialami semakin banyak dan tidak mematahkan semangat mereka untuk berkarya.

1
Erwe06swk merupakan sebutan bagi RW 06 Siwalankerto sebagai output dari program COP atau *Community Outreach Program* yang dilakukan oleh Universitas Kristen Petra pada masa awal pandemi bulan Agustus 2020. Erwe06swk merupakan Rukun Warga yang menaungi total 26 UMKM beragam dari makanan dan minuman hingga kerajinan tangan.

#erwe06swk

Selama masa pandemi masyarakat erwe06swk mengalami banyak kesulitan seperti dirumahkan dari pekerjaan juga sekolah yang dilaksanakan dari rumah. Menurut ibu Selo, Ketua RW 06 Siwalankerto, kesulitan yang sangat besar dihadapi dari usaha mikro kecil menengah adalah kesulitan untuk memasarkan jualan mereka.

Program yang telah dilaksanakan COP menghasilkan sebuah portal *e-commerce* khusus dengan alamat www.erwe06swk.com untuk mengatur katalog dan menerima pesanan. Dengan adanya sistem tersebut, masyarakat erwe06swk dapat berkontribusi dan lebih aktif untuk mengurangi pengangguran. Setelah program COP berakhir, tidak ada admin yang menjalankan lebih lanjut dan program untuk UMKM ini juga berhenti. Melihat keadaan di lapangan adanya website dengan sistem *e-commerce* yang kurang berjalan efektif, pengurus RW melihat sebaiknya *website* dibuat sebagai portal informasi saja dibanding harus menjadi portal yang aktif.

www.
erwe06swk
.com



1
Muncul beberapa permasalahan seperti tidak adanya label yang khusus bagi produk-produk hasil masyarakat erwe06swk. Oleh sebab itu, perancangan program branding pada produk-produk UMKM perlu dibuat agar UMKM dapat berkembang dan membantu perekonomian di daerah erwe06swk.

Bila melihat Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) naungan erwe06swk belum memiliki *packaging* yang tepat juga stiker atau label sehingga kurang dapat dikenali. Pemasaran produk berpaku pada *word of mouth* di orang terdekat saja, masih belum ada identitas yang jelas agar membuat produk dikenal lebih banyak orang. Melihat sisi permasalahan ini, muncul ide untuk mempertemukan mahasiswa Desain Komunikasi Visual yang membutuhkan portofolio karya dengan mempertemukan mahasiswa dengan UMKM binaan erwe06swk.

2 *Naik* Tangga

Mahasiswa dalam proses belajar

Adanya pandemi sejak Maret 2020 yang disebabkan oleh Covid-19 memberikan sebuah tantangan baru bagi lulusan sarjana desain, melalui data yang dikumpulkan oleh ADGI (Asosiasi Desainer Grafis Indonesia) mengenai Dampak Covid-19 Pada Ekosistem Desain Grafis dengan total 1440 responden, terdapat 3 kategori pekerja yaitu pekerja lepas, karyawan dan pemilik studio. Sebanyak lebih dari 50% kehilangan pekerjaan atau mengalami penundaan proyek oleh klien.

Dengan mempertajam portofolio dengan menambah pengalaman nyata akan meningkatkan nilai dari mahasiswa Desain Komunikasi Visual. Selain dapat menambah nilai dalam kompetisi untuk menjadi pekerja di perusahaan, lulusan juga dapat berkompetisi untuk mencari klien bagi pekerja lepas atau juga dapat membuat usahanya sendiri. Menurut beberapa pemilik studio/ *agency* Jakarta, portofolio desain menjadi hal yang sangat krusial dalam dunia desain dalam penentuan kandidat dan tolok ukur klien untuk melakukan kerjasama dengan satu orang atau suatu *agency*.

Berkembangnya seorang desainer tidak bisa hanya bergantung pada universitas dan kurikulum yang diberikan oleh universitas, desainer memerlukan wawasan lebih luas, pengalaman yang lebih beragam dalam berkarya. Selain itu, desainer memerlukan *skill* tambahan selain *problem solving* desain dan desain grafis. Skill lain seperti *public speaking*, bagaimana cara mempresentasikan ide atau yang lebih sering disebut sebagai *pitching*, kemampuan dalam menyusun strategi dan manajerial dapat menjadi poin tambahan bagi desainer agar dapat berkompetisi di dunia pekerjaan setelah lulus dari universitas.

1
Mahasiswa dipertemukan dengan UMKM binaan erwe06swk yang memiliki permasalahan di tidak adanya merek, kemasan dan pemasaran produk. Hasil karya dari studi kasus UMKM binaan erwe06swk akan menjadi pengalaman yang berharga bagi mahasiswa dan dapat dijadikan portofolio untuk bersaing ke dunia pekerjaan. Selain berkolaborasi dan menghasilkan karya, kedua belah pihak perlu dilengkapi dengan kemampuan lain untuk menambah wawasan dan memperluas jaringan. Maka dari itu, sebuah wadah kolaborasi yang memiliki sistem perlu diciptakan agar dapat berkembang lebih.

1

Wadah kolaborasi tersebut akan mengakomodasi mahasiswa desain dan UMKM untuk berkomunikasi, bertumbuh bersama dengan memperluas wawasan melalui kelas atau workshop, dan menghubungkan kepada jaringan atau networking. Wadah kolaborasi yang berbentuk sistem ini memerlukan sebuah nama dan strategi branding agar dapat berkembang dan dikenali oleh pihak-pihak yang terlibat juga khalayak umum.



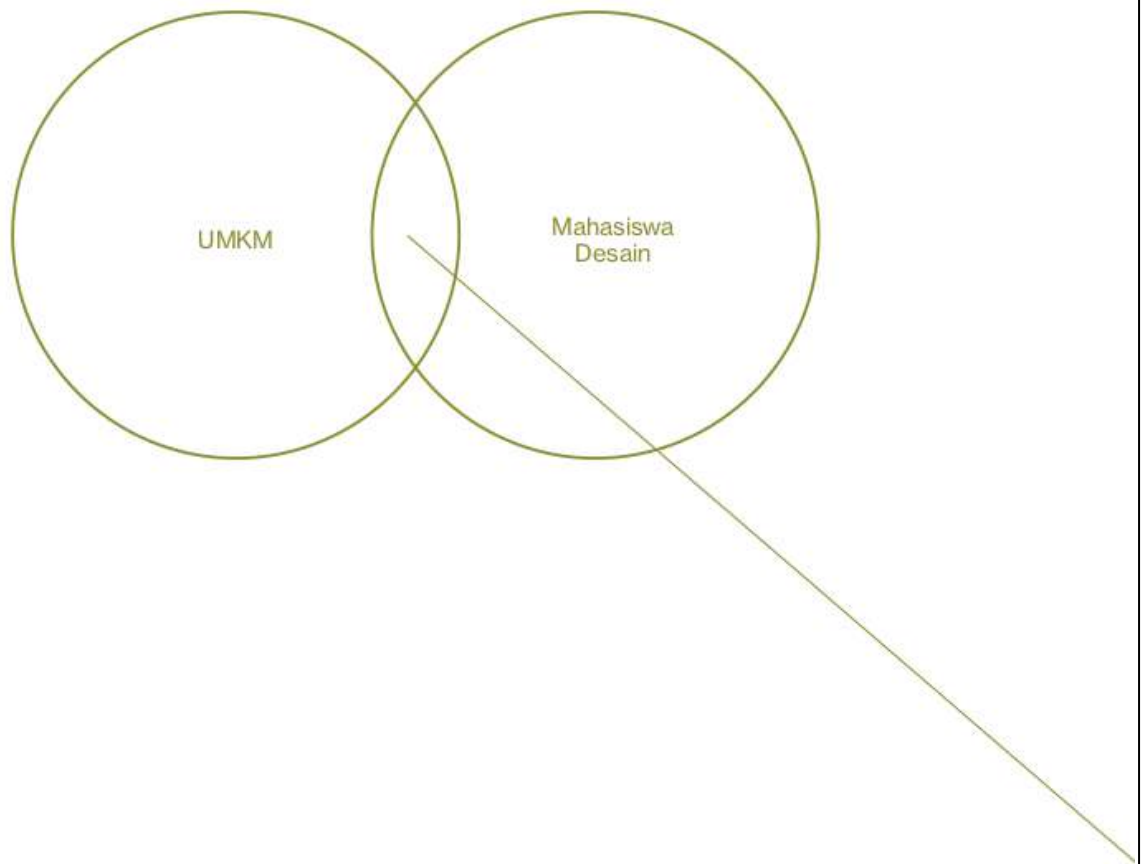
**Wadah Kolaborasi
bagi Mahasiswa
dan UMKM**

Sinergi Terbaik

Wadah Kolaborasi terbaik antar
mahasiswa dan UMKM

Analisa sistem kolaborasi yang pernah ada sebelumnya adalah Kreavi dan Pahlawan Ekonomi melalui program Tatarupa. Tetapi pada kenyataannya, Kreavi tidak lagi berjalan di kota Surabaya dan berpindah ke Ibukota. Program Tatarupa merupakan sebuah program yang diadakan pada tahun 2015, diinisiasi oleh Tri Rismaharini Walikota Surabaya 2010-2020. (Putra, 2019) Program ini berjalan hingga 2019 dari batch pertama hingga batch ke-8 dan belum ada kelanjutan dari program ini.

Melalui analisa dan observasi di lapangan, sistem kolaborasi sangat perlu untuk dikembangkan, karena memiliki potensi pemberdayaan yang besar bagi kota. Lahir dari visi yang besar dimana masyarakat dan mahasiswa desain dapat berjalan beriringan untuk memajukan ekonomi kota Surabaya bahkan Indonesia. Wadah ini memiliki sebuah misi yaitu memberdayakan masyarakat dan mahasiswa desain melalui inovasi produk di bidang *branding* dan kemasan. Serta memperlengkapi dengan kemampuan lain untuk menambah wawasan dan memperluas jaringan.





Wadah
Kolaborasi

- Mahasiswa Desain

1
Target audience secara demografis merupakan mahasiswa desain berusia 19 tahun, berasal dari kota Surabaya, merupakan lulusan SMA swasta dengan SES B.

1
Beberapa hal yang menjadi fokus utama dalam menimba ilmu baginya adalah sebuah pengalaman dan portofolio. Menjadi aktif dengan organisasi, acara, dan menambah ilmu sebanyak-banyaknya akan membuatnya merasa aman akan hari depan. Kalimat diatas merupakan sebuah *insight* yang didapatkan melalui analisa target audiens yang dilakukan dengan wawancara, observasi dan *focus group discussion* dengan mahasiswa desain Universitas Kristen Petra.

- UMKM dengan sample UMKM binaan

07we06swk

1 Riset ibu UMKM dilakukan dengan observasi dan wawancara di lapangan dan ditemukan sebuah klasifikasi data sebagai berikut :

• Demografis

Secara demografis, Ibu UMKM merupakan seorang ibu rumah tangga yang sudah memiliki cucu. Penghasilan kurang lebih 2juta/bulan melalui penjualan produk UMKMnya. Pendidikan terakhir SD.

• Geografis

Secara geografis, ibu UMKM ini tinggal di daerah RW06 Siwalankerto Surabaya.

• Psikografis

Ibu UMKM berkarya agar dapat menghasilkan uang tambahan, ia juga memiliki perkumpulan dengan tetangga dan sangat pandai mencari peluang.

• Behavioral

Secara keseharian, ibu UMKM mengurus rumah tangga, aktif dalam kegiatan ibu-ibu PKK dan kegiatan yang dilakukan oleh pemerintah.

Setelah mendalami ibu UMKM, ditemukan sebuah insight bahwa ibu-ibu berusaha melakukan banyak hal dan aktif di banyak kegiatan agar bisa menunjukkan bahwa dirinya merupakan ibu yang dapat diandalkan dan dapat menjadi contoh bagi orang lain dan bagi keluarganya.

Masyarakat melalui U
mahasiswa desain da
beriringan untuk *mer*
kota Surabaya bahka

JMKM dan apat berjalan *najukan ekonomi* an Indonesia

Desainer + UMKM Menjadi Partner dalam *Berkarya & Maju Bersama*

Merupakan *brand positioning* dan *brand essence* yang dirancang untuk wadah kolaborasi dan menjadi inti dari brand.





Sinergi, Inovasi



asi, Komunitas

1

BRAND ARCHETYPE

Brand archetype merupakan personalia brand yang dapat digambarkan melalui metode brand archetype untuk dapat menentukan cara komunikasi brand, warna yang digunakan, dan seluruh elemen visual yang dapat menggambarkan brand. Sesuai dengan brand archetype, Sama-Sama Collaborative Hub memiliki personalia creator dan caregiver. Personalia tersebut memiliki keunikan dimana bagi caregiver, brand sangat peduli dengan orang lain. Personalia kedua dimana ia merupakan creator yang suka berinovasi dan berkarya.

Caregiver & Creator


1
Atau kata kunci visual yang dapat
menjadi pedoman bagi turunan
pengaplikasian sistem visual dalam
brand. Kata kunci ini lahir dari mindmap
yang dilakukan untuk menyatukan
benang merah dari brand.

*Modern,
Empathetic,
Explorative*



sama sama

Collaborative Hub



tumbuh
terhubung

berkarya
bersama

sama
sama

Collaborative Hub



sama
sama

Collaborative Hub

Sekarang masanya Kolaborasi yang Berarti

Jadilah bagian dan buat perubahan.



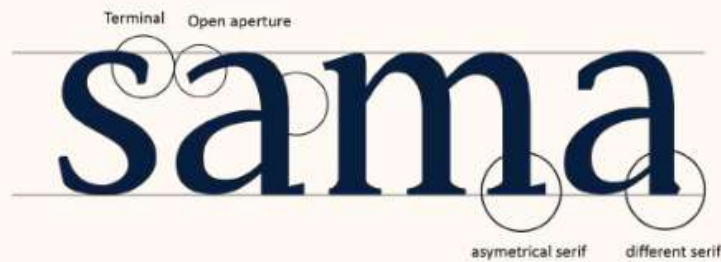
Sama Regular

Aa Bb Cc Dd Ee Ff Gg

Hh Ii Jj Kk Ll Mm Nn

Oo Pp Qq Rr Ss Tt Uu

Vv Ww Xx Yy Zz



merupakan sebuah
typeface yang
terinspirasi dari
manusia dalam
berkomunikasi,
berkolaborasi &
menghasilkan karya.

Sama Regular

4 Kolaborasi Kolaborasi



Ibu UMKM di erwe06swk khususnya Ibu Wito dan Ibu Selo merupakan UMKM yang aktif dalam mengikuti pelatihan yang diadakan oleh pemerintah kota. Dalam pengelolaan produk, UMKM sudah sangat mahir, mengerti bahkan mengisi kelas-kelas mengenai produk mereka.



Mahasiswa juga dilatih dengan materi eksplorasi yang dibawakan dan dikemas sebagai sharing session pengalaman magang penulis di program Internshift di Thinking*Room agency branding di Jakarta. Dalam materi tersebut terdapat beberapa latihan dan studi kasus untuk mahasiswa dapat belajar. Dalam waktu workshop kurang lebih 2 jam, menjadi media bagi mahasiswa untuk berdiskusi bersama. Materi dan latihan kecil ini akan membantu mahasiswa untuk membuat sketsa logo. Berikut dokumentasi workshop yang diadakan via Google Meet



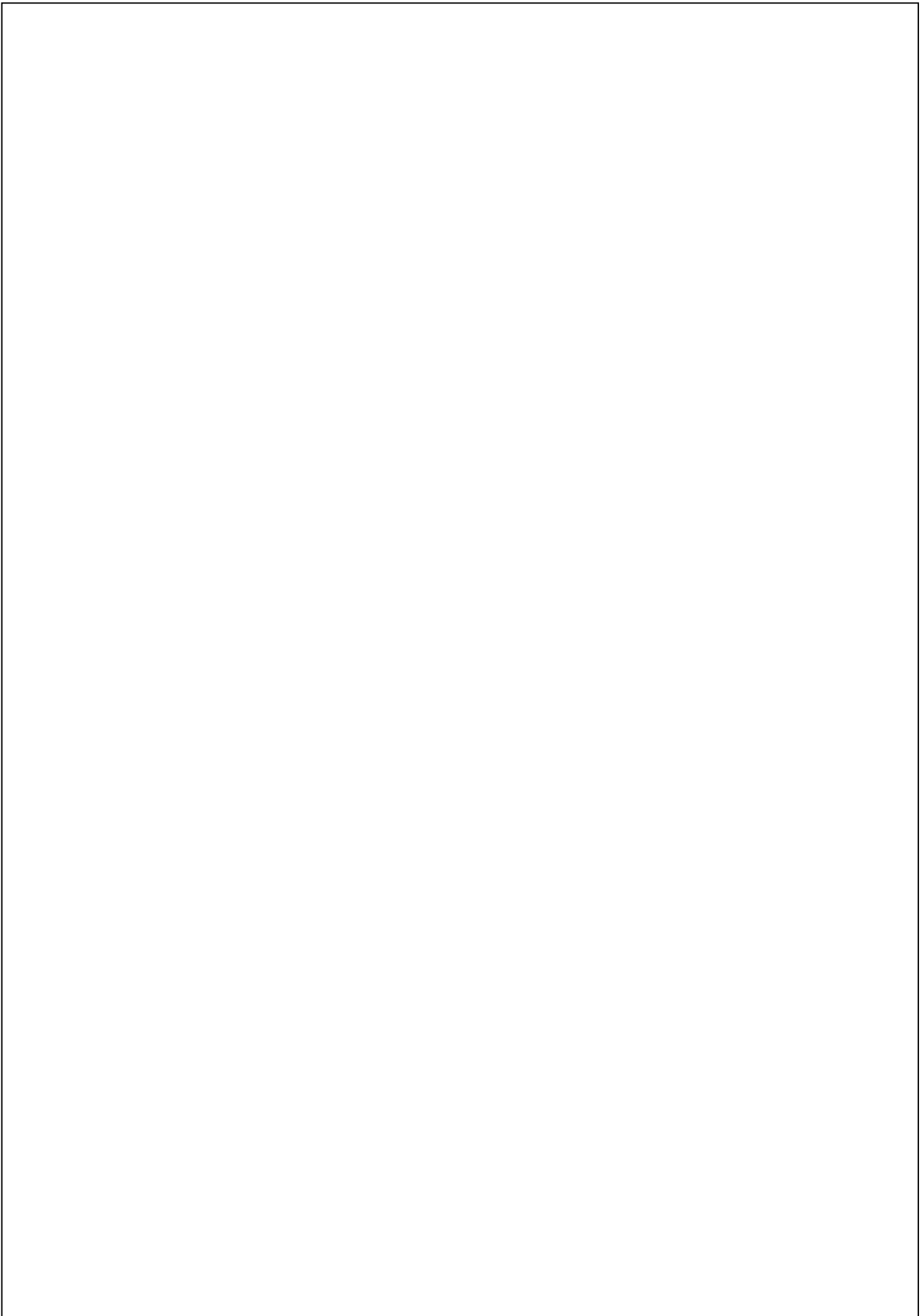


- 1 2 3
- 4 5 6
- 7 8 9

- 1 2 3
- 4 5

Lebih dari sebuah karya,
lebih dari sekedar membantu UMKM
Secara *softskill*, mahasiswa belajar untuk
berkomunikasi, memberikan ide dan kontribusi
terhadap sosial dan lingkungan

Diharapkan di kemudian hari,
program ini dapat berkembang lebih dan dapat
menghubungkan lebih banyak orang.



Menjadi sebuah bagian yang penting dalam sebuah pertumbuhan ekonomi bangsa, UMKM merupakan penggerak ekonomi terbesar di Indonesia. Perkembangan dari tahun ke tahun, dan adanya pandemi Covid-19 ini menyebabkan perjuangan UMKM semakin berdarah-darah. Bagaimanakah UMKM dapat mengalami hal yang mengagetkan ini?

Dalam pandemi Covid-19 yang melumpuhkan banyak sektor termasuk Pendidikan, mahasiswa desain yang sedang berjuang dalam menuntut ilmu, memperlengkapi diri mengalami kesulitan dalam belajar dengan studi kasus nyata di lapangan.

Melalui hal tersebut, mahasiswa Desain Komunikasi Universitas Kristen Petra juga mengalami kesulitan dan juga erwe06swk. Erwe06swk merupakan lokasi yang sangat dekat dengan Universitas Kristen Petra, dan melihat keadaan disana, Rukun Warga 06 Siwalankerto membutuhkan sebuah bantuan untuk membantu perputaran ekonomi dengan kolaborasi bersama.

Sinergi yang dibangun tentunya tidak dengan kesulitan, dimana kesulitan terbesar adalah proses berpikir yang berbeda antara desainer dan penggerak UMKM. Tak ada cara lain selain mahasiswa bercengkrama dengan UMKM dan bersama-sama berkolaborasi.



ISBN 978-602-5446-71-9



9 786025 446719

Bersinergi Menjadi Pahlawan di Tengah Pandemi

ORIGINALITY REPORT

33%

SIMILARITY INDEX

33%

INTERNET SOURCES

2%

PUBLICATIONS

5%

STUDENT PAPERS

PRIMARY SOURCES

1

publication.petra.ac.id

Internet Source

24%

2

repository.petra.ac.id

Internet Source

6%

3

www.scribd.com

Internet Source

2%

4

ojs.petra.ac.id

Internet Source

1%

5

www.polban.ac.id

Internet Source

<1%

Exclude quotes On

Exclude matches < 5 words

Exclude bibliography On