

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Indonesia dikenal sebagai negara yang kaya akan budaya, salah satunya warisan berupa kain tradisional yang memiliki makna filosofis dan nilai estetika tinggi. Salah satu kain tradisional khas Lampung adalah Kain Kebung, yaitu kain tenun sarung yang digunakan dalam berbagai kegiatan adat, upacara, maupun keseharian masyarakat. Motif Kain Kebung biasanya terinspirasi dari alam, flora, dan simbol-simbol yang merepresentasikan identitas masyarakat Lampung. Keberadaan Kain Kebung tidak hanya berfungsi sebagai busana, namun juga sebagai media untuk melestarikan nilai budaya dan kearifan lokal.

Dalam konteks kekinian, tantangan yang dihadapi Kain Kebung adalah kurangnya daya tarik visual dalam promosi sehingga keberadaannya belum dikenal luas di kalangan generasi muda maupun pasar yang lebih modern. Padahal, potensi Kain Kebung cukup besar untuk dikembangkan menjadi produk unggulan daerah, baik sebagai karya seni maupun komoditas ekonomi kreatif. Untuk itu, dibutuhkan strategi promosi yang efektif agar Kain Kebung dapat diterima oleh masyarakat yang lebih luas, tanpa meninggalkan akar budaya yang dimilikinya.

Salah satu pelaku usaha yang bergerak di bidang ini adalah UMKM Lamban Kebung. UMKM ini berfokus pada produksi dan penjualan Kain Kebung Lampung. Namun, permasalahan yang sering muncul pada UMKM adalah keterbatasan dalam pengelolaan Identitas Visual dan media promosi. UMKM Lamban Kebung belum memiliki Identitas Visual yang konsisten untuk memperkuat branding serta menarik minat konsumen. Identitas Visual seperti Logo dan Banner sangat penting untuk membangun citra, menambah daya tarik, dan menjadi pembeda dari produk sejenis.

Peran Desain Komunikasi Visual (DKV) menjadi sangat penting dalam mendukung pengembangan UMKM. Melalui pendekatan desain yang tepat, Identitas Visual dapat diwujudkan dalam bentuk Logo dan Banner yang tidak hanya merepresentasikan karakter budaya Lampung, tetapi juga memiliki nilai estetika modern yang sesuai dengan selera pasar. Logo berfungsi sebagai tanda pengenalan utama sebuah brand, sementara Banner menjadi salah satu media promosi efektif yang dapat menjangkau audiens lebih luas.

Berdasarkan latar belakang tersebut, penulis merasa perlu melakukan pengembangan Identitas Visual pada UMKM Lamban Kebung melalui perancangan desain Logo dan Banner. Dengan adanya Identitas Visual yang kuat, diharapkan UMKM ini dapat meningkatkan daya saing, memperluas jangkauan pasar, serta berkontribusi dalam pelestarian budaya Lampung melalui Kain Kebung.

Praktik Kerja Pengabdian Masyarakat (PKPM) merupakan salah satu wujud nyata dari pengamalan Tri Dharma Perguruan Tinggi, khususnya dalam aspek pengabdian kepada masyarakat. Melalui kegiatan ini, mahasiswa tidak hanya menerapkan ilmu pengetahuan dan keterampilan yang diperoleh selama perkuliahan, tetapi juga berkontribusi aktif dalam menjawab berbagai tantangan sosial, ekonomi, dan teknologi di masyarakat. PKPM menjadi ruang pembelajaran kontekstual yang mengasah kepekaan sosial serta kreativitas mahasiswa dalam menyusun solusi yang inovatif dan aplikatif sesuai kebutuhan desa.

Institut Informatika dan Bisnis (IIB) Darmajaya menyelenggarakan kegiatan PKPM selama satu bulan, terhitung sejak tanggal 21 Juli hingga 20 Agustus 2025. Kegiatan ini dilaksanakan di Lampung Selatan dengan mencakup 3 Kecamatan yaitu Kalianda, Penengahan dan Rajabasa. Salah satu desa yang menjadi lokasi kegiatan adalah desa Tengkujuh, Kecamatan Kalianda yang dipilih karena memiliki potensi lokal yang cukup besar, khususnya di sektor pertanian dan perikanan, serta adanya kemauan dan keterbukaan dari pemerintah desa dan masyarakat untuk beradaptasi dengan perkembangan teknologi digital dan konsep ekonomi kreatif. Tim peserta

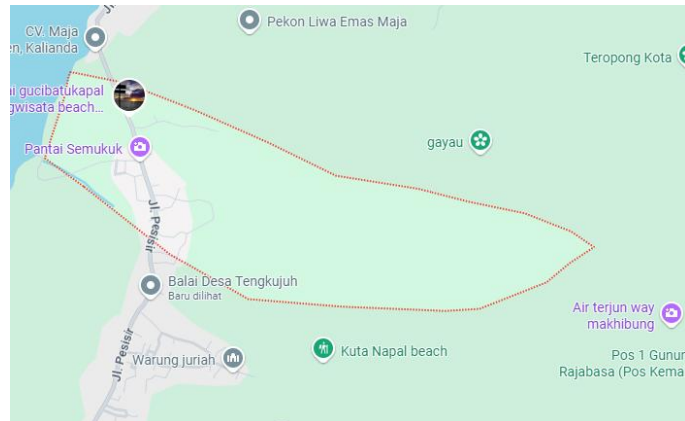
PKPM terdiri dari tujuh mahasiswa lintas jurusan, yaitu Akuntansi, Manajemen, Sistem Informasi, Bisnis Digital, Design Komunikasi Visual, Dan Teknik Informatika, yang diharapkan mampu bersinergi secara multidisipliner dalam mengembangkan potensi desa secara berkelanjutan.

Berdasarkan latar belakang di atas penulis mengangkat permasalahan yang terdapat di Kecamatan kalianda Desa Tengkujuh dengan judul **“PENGEMBANGAN IDENTITAS VISUAL UMKM LAMBAN KEBUNG MELALUI DESAIN LOGO DAN BANNER SEBAGAI MEDIA PROMOSI KAIN KEBUNG LAMPUNG”**.

1.1.1 Profil dan Potensi Desa

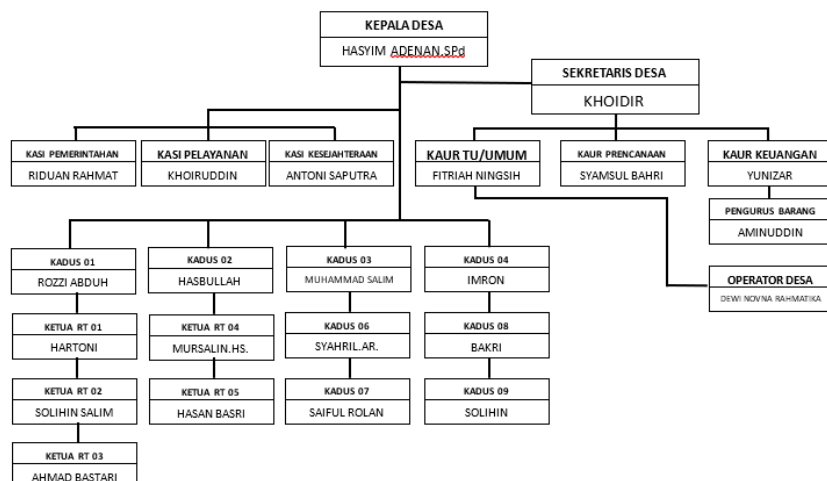
Desa Tengkujuh merupakan salah satu lokasi kegiatan program Praktek Kerja Pengabdian Masyarakat (PKPM) yang saya jalani secara individu. Desa Tengkujuh secara administratif terletak di Kecamatan Kalianda, Provinsi Lampung Selatan,. Desa ini memiliki luas pemukiman ± 300 Hektar, Jumlah Kepala Keluarga 361 KK, dengan jumlah jiwa sebanyak 1214 jiwa, Sebagian besar penduduknya bermata pencaharian sebagai petani. Masyarakat di Desa Tengkujuh masih sangat kental dengan kegotong royongan dan kebersamaan, Adapun batas-batas wilayah Desa Tengkujuh sebagai berikut:

1. Sebelah Utara : Desa Pauh Tanjung Iman
2. Sebelah Selatan : Desa Jondong
3. Sebelah Barat : Laut
4. Sebelah Timur : Gunung Rajabasa



Gambar 1.1 Peta Wilayah Desa Tengkujuh

STRUKTUR ORGANISASI PEMERINTAHAN DESA TENGGUJUH



Gambar 1.2 Struktur Organisasi Pemerintahan Desa Tengkujuh

Struktur organisasi pemerintahan desa tengkujuh, merupakan lembaga perpanjangan dari pemerintahan pusat yang memiliki peran atau strategi untuk mengatur masyarakat yang ada di perdesaaan demi mewujudkan pembangunan pemerintahan

1.1.2 Profil UMKM

Pemilik UMKM	: IBU YULITA MARLIN
Nama UMKM	: LAMBAN KEBUNG
Lama Berdirinya	: 7 Bulan
Alamat	: Jl. Pesisir Tengkujuh Desa Tengkujuh Dusun Sawah Kering, RT. 007 RW. 003 Kecamatan Kalianda, Kabupaten Lampung Selatan.
Masalah	: Permasalahan yang ada pada UMKM LAMBAN KEBUNG Yaitu belum ada logo dan tidak ada packaging, belum terdaftar di google maps, tidak ada akun media sosial untuk promosi usaha dan tidak ada banner sehingga penjualan hanya menerapkan sistem pemasaran Mulut ke Mulut (WOM).

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan permasalahan yang telah disampaikan , rumusan masalah dari laporan PKPM ini Yaitu :

1. Bagaimana merancang Identitas Visual berupa Logo yang mampu merepresentasikan karakter budaya Kain Kebung Lampung pada UMKM Lamban Kebung?
2. Bagaimana merancang desain Banner yang efektif sebagai Media Promosi untuk memperkenalkan produk Kain Kebung Lampung kepada masyarakat luas?
3. Bagaimana penerapan Desain Komunikasi Visual dapat membantu UMKM Lamban Kebung dalam membangun citra, meningkatkan daya tarik, dan memperluas pasar?

1.3 Tujuan dan Manfaat PKPM

1.3.1 Tujuan PKPM

Tujuan dari kegiatan PKPM yaitu:

1. Mengembangkan strategi yang efektif melalui Identitas Visual untuk memperluas pasar dan meningkatkan permintaan produk Lamban Kebung melalui desain Logo dan Banner.
2. Merancang Logo yang mampu merepresentasikan nilai budaya Lampung, khususnya Kain Kebung, serta dapat menjadi Identitas Visual yang mudah dikenali.
3. Merancang Banner promosi yang komunikatif, menarik, dan sesuai dengan karakter UMKM Lamban Kebung untuk meningkatkan efektivitas promosi.

1.3.2 Manfaat PKPM

Manfaat dari kegiatan ini adalah sebagai berikut :

1. Bagi UMKM Lamban Kebung:
 - a. Membantu UMKM Lamban Kebung memiliki Identitas Visual (Logo dan Banner) yang konsisten, profesional, dan sesuai dengan karakter budaya Lampung.
 - b. Menjadi media promosi yang lebih menarik, efektif, dan mampu menjangkau konsumen yang lebih luas, baik secara offline maupun online.
 - c. Meningkatkan brand awareness dan daya saing UMKM dalam menghadapi pasar modern yang kompetitif terutama di wilayah Kalianda.

2. Bagi Institut Informatika dan Bisnis Darmajaya
 - a. Meningkatkan citra dan kontribusi nyata kampus dalam pembangunan masyarakat desa melalui program pengabdian.
 - b. Menjadi sarana implementasi Tri Dharma Perguruan Tinggi, khususnya pada aspek pengabdian kepada masyarakat.
 - c. Menjadi jembatan kolaborasi antara kampus dan pemerintah desa dalam pengembangan potensi lokal berbasis teknologi dan manajemen modern.
3. Bagi Mahasiswa pelaksana PKPM
 - a. Meningkatkan keterampilan praktis mahasiswa dalam menerapkan ilmu Desain Komunikasi Visual di lapangan.
 - b. Mengasah kemampuan komunikasi, koordinasi, dan kerja sama dalam lingkungan masyarakat desa.
 - c. Memperoleh pengalaman langsung dalam menangani permasalahan real yang dihadapi oleh pelaku usaha di desa.
 - d. Membangun rasa tanggung jawab sosial dan kontribusi aktif dalam pembangunan masyarakat melalui pendekatan ilmiah.

1.4 Mitra yang Terlibat

Dalam kegiatan PKPM kali ini mitra yang terlibat dalam kegiatan yang saya laksanakan yakni: **UMKM LAMBAN KEBUNG**