

BAB III

PENYUSUNAN PELAKSANAAN KEGIATAN MBKM

3.1 Waktu dan Tempat Pelaksanaan

Program MBKM Proyek Desa akan dilaksanakan mulai dari tanggal 29 Januari 2024 sampai dengan 12 Juli 2024 atau setara dengan 1 semester selama 20 – 21 minggu dengan bobot total sebesar 20 SKS. Pada program ini, penulis dan kelompok memilih salah satu desa binaan, yaitu Desa Medang yang berlokasi di Jl. Raya Kelurahan Medang, Tangerang, Banten hasil dari observasi desa menghasilkan, terpilihnya dua UMKM, yaitu Nyeblok Seuhah dan Raja Lontong. Setiap anggota dalam kelompok memiliki perannya masing – masing. Penulis memiliki peran sebagai desainer *brand identity* bagi UMKM Nyeblok Seuhah, Angelina sebagai desainer poster Nyeblok Seuhah, Rachel Victoria memiliki peran sebagai ketua serta desainer media cetak dan media digital UMKM Raja Lontong dan Marshelina Andrea memiliki peran sebagai desainer *brand identity* bagi UMKM Raja Lontong.

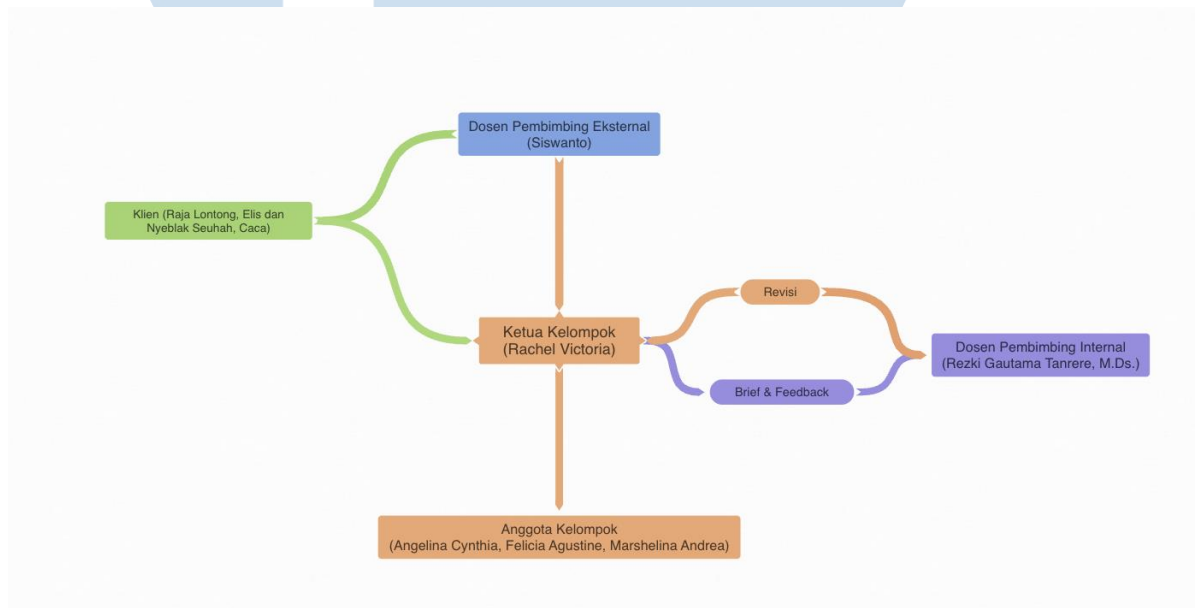
Tabel 3.1 Tabel Waktu dan Tempat Pelaksanaan Cluster MBKM Proyek Desa

Nama Desa	:	Medang (Pokdarwis)
Lokasi Desa	:	Jl. Raya Kelurahan Medang, Medang, Kec. Pagedangan, Kabupaten Tangerang, Banten 15334
Area/Wilayah Desa	:	Medang
Provinsi	:	Banten
Tanggal Pelaksanaan Proyek Desa	:	29, Januari, 2024 s/d 12, Juni, 2024
Durasi Program (Bulan)	:	5 Bulan

3.2 Peta Peran Pelaksana Program Proyek Desa

Peta peran pelaksanaan desa merupakan gambaran visual berupa *mindmap* kegiatan yang dilakukan oleh penulis untuk pelaksanaan proyek desa, peta peran ini terdiri dari UMKM, pembimbing eksternal, dosen pembimbing, dan para anggota kelompok yang terlibat. Berikut merupakan bagan dari peta peran:

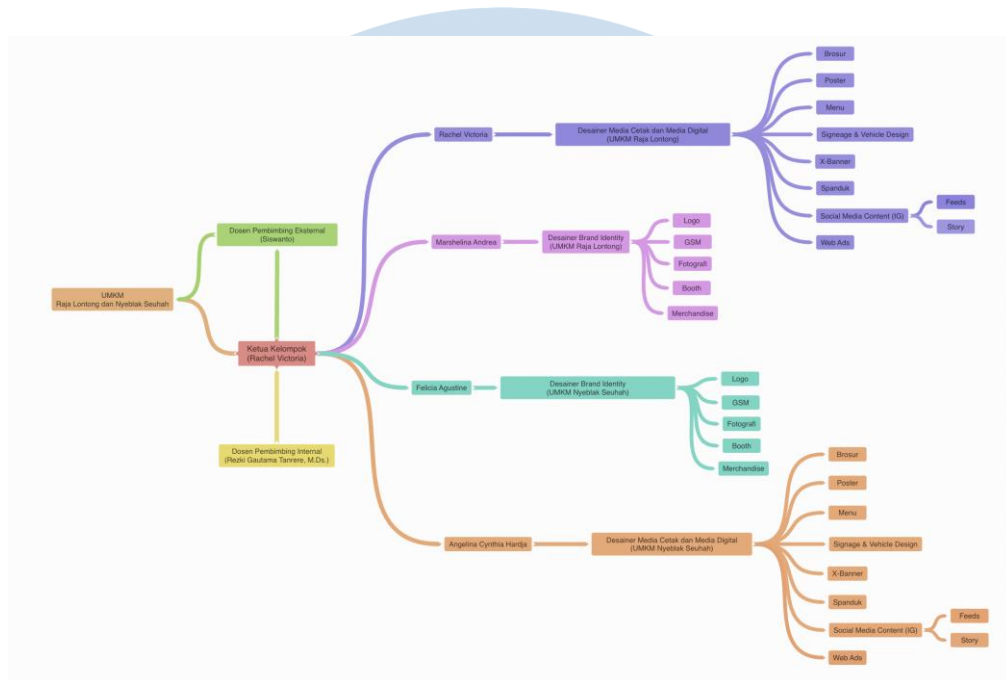
- Pihak UMKM: Raja Lontong (Elis), Dan Nyeblak Seuhah (Caca)
- Kelompok MBKM (Rachel Victoria, Angelina Cynthia, Felicia Agustine, dan Marshelina Andrea).
- Dosen pembimbing Internal (Rezki Gautama Tanrere)



Gambar 3.2 Bagan Kedudukan Pelaksana Tim MBKM Proyek Desa

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

Pada gambar di bawah ini merupakan susunan pembagian *job desk* setiap anggota



Gambar 3.3 Alur Koordinasi tim Proyek Desa

1. Rachel Victoria (mengurus keperluan media cetak dan media digital UMKM Raja Lontong): Rachel merupakan ketua kelompok MBKM proyek desa, sebagai ketua Rachel juga memiliki kewajiban berkoordinasi dengan anggota kelompok dan Rachel juga bertugas berkomunikasi. Sebagai desainer *brand identity*, ia bertugas untuk merancang media digital bagi UMKM Raja Lontong seperti, mendesain poster, menu, *signage*, spanduk, banner, brosur, dan konten – konten keperluan sosial media.
2. Marshelina Andrea (desainer *brand identity* UMKM Raja Lontong) Marshelina memiliki peran sebagai anggota kelompok, Marshelina memiliki beberapa tanggung jawab atas tugas dan menyelesaikannya sesuai dengan deadline. Sebagai desainer *brand identity*, ia bertugas untuk merancang, GSM, fotografi, *logo*, *supergraphic*, *booth* dan *merchandise* yang digunakan dalam keperluan komersial .

3. Angelina Cynthia Hardja (mengerjakan bagian media cetak dan media digital UMKM Nyeblok Seuhah): Angelina memiliki peran sebagai anggota kelompok, Angelina memiliki beberapa tanggung jawab atas tugas dan menyelesaikannya sesuai dengan deadline. Sebagai desainer media cetak dan media digital, ia bertugas untuk membuat desain media cetak dan media digital bagi UMKM Nyeblok Seuhah seperti, poster, brosur, menu, spanduk, *banner*, *signage* dan konten sosial media.
4. Felicia Agustine (*Brand Identity* UMKM Nyeblok Seuhah): Sebagai anggota kelompok Felicia memiliki kewajiban dalam mengerjakan sesuai dengan *jobdesk* yaitu membuat visual dari *brand Identity* UMKM Nyeblok Seuhah, Felicia juga harus menyelesaikan dan melakukan asistensi sesuai dengan tenggat waktu yang disetujui anggota kelompok. *jobdesk* yang diberikan sebagai perancang *brand identity*, antara lain adalah merancang logo, supergrafis, grafik standar manual (GSM), memilih *color palettes*, fotografi, *booth*, serta *merchandise* yang dibutuhkan.

3.3 Tahapan Program

Tahapan yang penulis gunakan dalam pelaksanaan MBKM proyek desa yakni teori Robin Landa dari karya bukunya yang berjudul "*Advertising by Design*" berikut penjelasan dari setiap bagan tersebut:

1. *Overview*, Februari: Pada tahapan ini, penulis melakukan studi langsung yang dilaksanakan di desa Pokdarwis Medang, ada beberapa hal yang kami lakukan di desa tersebut, yakni:
 - Mencari tahu permasalahan yang dialami oleh UMKM yang sudah kami pilih, yaitu "Nyeblok Seuhah" dan "Raja Lontong".
 - Memberikan solusi desain terhadap permasalahan UMKM tersebut.
 - Melakukan wawancara dengan pemilik UMKM "Nyeblok Seuhah" dan "Raja Lontong", dimana keduanya bergerak di bidang F&B. Wawancara pun memiliki tujuan yaitu untuk mengetahui visi dan misi, target pasar,

serta informasi penting lainnya yang akan bermanfaat bagi penulis dalam proses perancangan desain nanti.

2. *Strategy*, Februari: Pada tahapan yang kedua, kami mereview kembali segala informasi yang sudah kami kumpulkan pada tahapan *Overview*. Di sini penulis menyeleksi kembali segala data yang sudah dikumpulkan agar dapat dengan mudah menemukan solusi dari permasalahan yang dialami. Tentunya sesuai dengan nama tahapannya, penulis mencari beberapa strategi yang tepat demi mendapatkan solusi terbaik untuk meningkatkan potensi dari UMKM "Nyeblok Seuhah" dan "Raja Lontong, baik dari segi penjualan, promosi, dan potensi – potensi lainnya.
3. *Ideas*, Februari – Maret: Pada bulan Februari penulis memulai menyatukan ide ide kreatif, hal ini dituangkan pada *big idea*, *moodboard*, dan ide konsep, yang diterapkan sebagai acuan desain secara keseluruhan. Pada tahap ini penulis juga akan melakukan analisis data, merangkum dan menarik kesimpulan berdasarkan informasi dan data yang telah diperoleh sebelumnya.
4. *Design*, Maret – April: tahap desain, pada bulan maret penulis melakukan *brainstorming* dengan mencari *moodboard*, melakukan pemilihan *style* dan juga melakukan sesi foto produk, tahap berikutnya penulis mengerjakan sketsa berdasarkan hasil survei yang dilakukan kepada yang bersangkutan, dan melakukan asistensi sebelum masuk ke dalam finalisasi dalam bentuk *vector*, pada bulan ini penulis fokus mendesain logo, serta supergrafis, dan *guideline visual* sehingga desain yang dikerjakan sesuai dengan penyusunan *guideline*. Pada bulan April penulis dan anggota mengerjakan tahapan selanjutnya, seperti media cetak, media digital, serta media digital berjalan.
5. *Production and Implementation*, Mei – Juni: pada tahapan yang penulis lakukan di bulan april, penulis menargetkan untuk menyelesaikan *key visual* menjadi finalisasi dalam bentuk *mockup* yang diimplementasikan dalam bentuk 3D, dengan dukungan *mockup* yang mampu meningkatkan profesionalitas dan mempermudah *audience* memahami hasil visual

tersebut. Beberapa desain yang dibuat juga dilakukan percetakan secara *prototype* atau test print yang lebih kecil untuk menguji bahan yang digunakan serta menyesuaikan dengan warna komputer dan aslinya.

6. *Evaluation*, Juni: pada tahap *evaluation*, yang merupakan tahapan paling terakhir dalam semua tahapan pengerjaan. Dalam tahapan ini penulis melakukan revisi dan pengujian *prototype* yang ada, melakukan survei desain kepada beberapa *audience* untuk mengetahui kesalahan dalam pengerjaan sehingga dapat memperbaiki sebelum mencetak secara komersial kepada publik, selain itu pada tahapan ini penulis juga mengerjakan laporan sebagai bukti akhir berupa laporan sidang.

3.4 Timeline dan Uraian Tugas dalam Kegiatan MBKM

3.1.1. Timeline Program MBKM Proyek Desa

Terdapat beberapa kegiatan yang dilakukan penulis dalam melakukan perancangan *brand identity* UMKM Nyeblak Seuhah. Timeline dibuat secara terperinci untuk menjelaskan dengan jelas kegiatan yang dilakukan penulis selama kegiatan MBKM berjalan. Penjelasan ini mencakup penjelasan tiap kegiatan dalam proyek. Berikut tahapan kegiatan penulis selama menjalani MBKM proyek desa sebagai desainer *brand identity*:

Tabel 3.2 Tabel *Timeline* MBKM Proyek Desa

Waktu Kegiatan	Februari				Maret				April				Mei				Juni			
	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
Penyerahan Simbolis Perwakilan Mahasiswa ke Desa Pokdarwis Medang																				
Observasi Desa Pokdarwis Medang																				

Survei dan wawancara dengan UMKM Terpilih																			
Pemahaman Masalah dan Penyusunan Laporan																			
Mind Mapping, Brainstorming Ide, Konsep, dan Moodboard																			
Perancangan sketsa kasar <i>photography</i> dan perancangan logo																			
Perancangan Graphic Standar Manual (GSM)																			
Perancangan merchandise, booth, dan <i>packaging</i> ,																			
Evaluasi Keseluruhan Perancangan																			
Penyusunan Laporan Akhir																			

3.2.2 Uraian Tahapan Kegiatan MBKM

Penulis memiliki beberapa kegiatan yang dilakukan dalam proses perancangan yang dijabarkan secara runtut sesuai dengan *timeline* dengan tujuan agar perancangan dapat terlaksana dengan lancar dan tepat waktu. Berikut *timeline* aktivitas penulis selama menjalani MBKM proyek desa sebagai desainer brand identity

Tabel 3.3 Tabel Tahapan Kegiatan Proyek Desa

No.	Minggu	Proyek/Kegiatan	Keterangan
1.	1 (5 Februari – 6 Februari 2024)	Penyerahan Mahasiswa kegiatan MBKM proyek desa ke desa Pokdarwis Medang	Terdapat 2 perwakilan dari setiap anggota kelompok untuk melakukan serah terima sebagai simbolisasi dari pihak kampus kepada pihak desa
2.	2 – 3 (13 – 19 Februari 2024)	Survei dan observasi Desa Pokdarwis Medang	Melakukan survei langsung yang diadakan oleh kelompok serta penulis, dengan harapan melihat langsung dan dengan mudah mengidentifikasi desa serta UMKM - UMKM yang terdapat pada Desa Pokdarwis Medang secara keseluruhan
3	3 – 4 (13 – 21 Februari 2024)	Observasi langsung ke dalam UMKM yang dipilih (melakukan wawancara singkat)	Dalam melakukan observasi langsung terhadap UMKM yang dipilih, yaitu Nyeblok Seuhah dan juga Raja lontong, penulis dan juga kelompok menganalisis melalui wawancara kepada kedua UMKM tersebut guna mendapatkan informasi penting yang kemudian dapat menjadi aset dalam laporan maupun dalam desain.
4	4 – 5 (26 Februari – 5 Maret 2024)	Penyusunan laporan dan identifikasi	Dalam mengerjakan desain kelompok perlu untuk mengidentifikasi masalah yang ada sehingga dapat merancang apa saja yang akan dikerjakan kedepannya, penulis dan juga kelompok merangkum masalah apa

			saja dan kelebihan apa saja yang dimiliki UMKM tersebut dari hasil tersebut terdapatlah hasil yang kemudian dimasukkan kedalam laporan.
5	5 – 6 (9 –12 Maret 2024)	Merancang <i>Mind Mapping</i> , melakukan <i>Brainstorming</i> Ide, membuat Konsep dan <i>Moodboard</i>	Dimulai dengan diskusi singkat, secara bersamaan penulis dan kelompok merancang ide besar dan rumusan masalah yang akan dikerjakan selama kurang lebih empat bulan ke depan.
6	6-9 (12 Maret – 2 April)	Perancangan sketsa kasar <i>photography</i> dan perancangan logo	Mulai mencari referensi untuk fotografi dengan langsung datang ke tempatnya dan membeli beberapa bahan yang dibutuhkan untuk <i>photoshoot</i> , penulis juga mulai mengedit setelah menyelesaikan foto dan mulai membuat perancangan sketsa logo yang dilanjutkan digitalisasi, dan finalisasi.
7	9 –12 (2 april – 23 April)	Perancangan Graphic Standard Manual (GSM)	Setelah perancangan logo, penulis membuat <i>Graphic Standard Manual</i> (GSM), dengan memasukan beberapa <i>asset</i> yang sudah dibuat, seperti fotografi dan logo.
8	12 – 15 (23 April – 7 Mei)	Perancangan desain <i>merchandise</i> ,	Merancang desain lain seperti <i>merchandise</i> , untuk digunakan sebagai media promosi, <i>booth</i> sebagai

		booth, dan <i>packaging</i> ,	media dagang, dan <i>packaging</i> yang akan dipakai untuk berjualan produk
9	15 – 17 (7 Mei – 21 Mei)	Evaluasi Keseluruhan Perancangan	Melakukan bimbingan dan kunjungan ke UMKM untuk meminta <i>feedback</i> .
10	17 – 20 (22 Mei – 12 Juni)	Penyusunan Laporan Akhir	Penulis melakukan penyusunan laporan akhir untuk dinilai dan melakukan sidang ,

UMMN

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA