

BAB III

PENYUSUNAN PELAKSANAAN KEGIATAN MBKM

3.1 Waktu dan Tempat Pelaksanaan

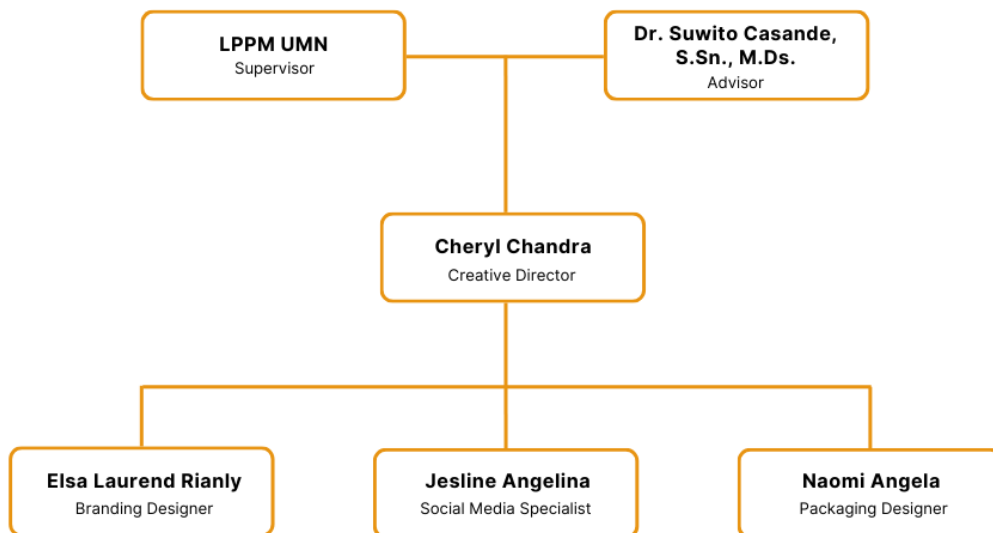
Pelaksanaan kegiatan MBKM ini mengarah ke UMKM yang terletak di Kelurahan Medang, Kabupaten Tangerang, Banten, Indonesia. Dengan program ini direncanakan akan dilaksanakan selama periode 5 bulan, dimulai dari 5 Februari hingga 19 Juni 2024. Tim yang bertanggung jawab atas pelaksanaan program ini terdiri dari beberapa mahasiswa DKV semester 6. Setiap anggota tim memiliki peran masing-masing yang meliputi branding designer, social media specialist, packaging designer, dan graphic designer / illustrator.

Tabel 3.1 Tabel Waktu dan Tempat Pelaksanaan Cluster MBKM Proyek Desa

Nama Desa	:	Kelurahan Medang
Lokasi Desa	:	Kecamatan Pagedangan
Area/Wilayah Desa	:	Kabupaten Tangerang
Provinsi	:	Banten
Tanggal Pelaksanaan Proyek Desa	:	5 Februari 2024 s/d 19 Juni 2024
Durasi Program (Bulan)	:	5 Bulan

3.2 Peta Peran Pelaksana Program Proyek Desa

Dalam pelaksanaan kegiatan MBKM Cluster Proyek Desa ini, terdapat pembagian tugas secara merata antar anggota tim, yang didasarkan pada skema hirarki kedudukan yang terstruktur. Skema ini mencakup beberapa peran kunci yang memiliki tanggung jawab yang jelas dan mendukung kelancaran serta keberhasilan pelaksanaan proyek secara keseluruhan. Pembuatan skema hirarki kedudukan ini bertujuan agar setiap anggota tim dapat berkontribusi secara efektif sesuai dengan peran masing-masing demi mencapai tujuan bersama.



Gambar 3.1 Bagan Kedudukan Pelaksana Tim MBKM Proyek Desa

Pada tingkat puncak dalam skema hirarki kedudukan tim MBKM Proyek Desa, terdapat *supervisor* dan *advisor* yang bertanggung jawab selama pelaksanaan program proyek desa berlangsung.

1. LPPM UMN

Selaku dosen pembimbing eksternal atau *supervisor* dalam pelaksanaan Cluster MBKM, tanggung jawab utamanya adalah memberikan arahan kepada penulis terkait proses perancangan desain di lapangan. Selain itu, LPPM UMN juga memiliki peran penting dalam mengawasi serta memberikan arahan terkait kemajuan pelaksanaan kegiatan lapangan, riset, dan perancangan karya desain dalam Cluster MBKM yang sedang dijalankan. Peran LPPM UMN selaku *supervisor* menjadi kunci dalam memastikan bahwa proyek berjalan sesuai dengan rencana, memenuhi standar yang ditetapkan, serta memberikan manfaat yang maksimal bagi pihak terkait.

2. Dr. Suwito Casande, S.Sn., M.Ds.

Selaku dosen pembimbing internal atau *advisor* dalam Cluster MBKM, tanggung jawabnya meliputi bimbingan, pengarahan, serta

pemberian masukan kepada penulis terkait penulisan ilmiah, seperti laporan proyek. Selain itu, sebagai advisor, dia juga bertugas memberikan saran dan arahan terkait proses dan perancangan desain yang berkaitan dengan proyek yang sedang berlangsung. Peran Dr. Suwito Casande, S.Sn., M.Ds. selaku *advisor* ini sangat penting dalam memastikan kualitas dan kelancaran pelaksanaan proyek serta penyusunan laporan yang akurat dan informatif.

Di bawah *supervisor* dan *advisor* terdapat Cheryl Chandra selaku *creative director* yang memimpin tim eksekutif dan mengawasi implementasi strategi. Bagian-bagian berikutnya termasuk *branding designer*, *social media specialist*, dan *Packaging Designer*, yang masing-masing dipimpin oleh ketiga anggota tim. Setiap bagian kedudukan terdiri dari tim anggota yang berperan dalam menjalankan tugas-tugas yang telah ditetapkan. Dengan struktur hirarkis ini, pembagian tugas dapat dilakukan secara efisien sesuai dengan spesialisasi masing-masing anggota tim, memastikan kolaborasi yang baik dan pencapaian tujuan proyek secara optimal. Peran masing-masing anggota tim Cluster MBKM Proyek Desa :

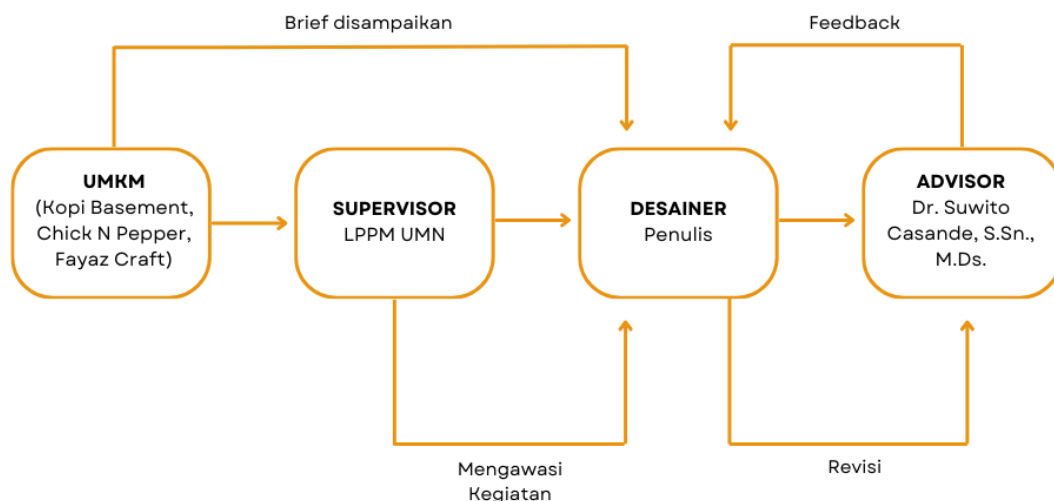
1. Cheryl Chandra, *Creative Director* : Berperan dalam berkolaborasi dengan tim, mengawasi proses perancangan dari setiap anggota, memecahkan masalah, serta memberikan arahan dan inspirasi kepada anggota tim lainnya merupakan tanggung jawab utama Cheryl dalam peran sebagai Creative Director. Selain itu, Cheryl juga memegang peran ganda sebagai ilustrator yang bertugas merancang seluruh aset ilustrasi dan elemen visual yang dibutuhkan untuk memperkuat identitas merek UMKM Chick N Pepper, Fayaz Craft, dan Kopi Basement. Kedudukan ini tidak hanya bertanggung jawab atas pengawasan dan pengelolaan proses kreatif secara keseluruhan, tetapi juga secara langsung terlibat dalam menciptakan elemen-elemen visual yang membangun citra merek yang konsisten dan menarik bagi target pasar.
2. Elsa Laurend Rianly, *Branding Designer* : Berperan dalam merancang identitas visual dan persepsi merek untuk UMKM Chick N Pepper, Fayaz

Craft, dan Kopi Basement merupakan tanggung jawab utama. Tugas ini mencakup pengembangan berbagai elemen desain seperti logo, warna, tipografi, dan elemen visual lainnya yang bertujuan untuk membangun citra merek yang menarik dan konsisten. Hal ini bertujuan agar merek-merek tersebut dapat menjangkau target pasar yang lebih luas dengan daya tarik visual yang kuat. Selain itu, hasil akhir dari proses desain ini akan diterapkan secara konsisten pada seluruh media, termasuk pada kemasan produk dan media promosi, untuk memastikan kesinambungan dan konsistensi dalam penampilan merek di mata konsumen.

3. Jesline Angelina, *Social Media Specialist* : Berperan dalam merancang konten visual yang menarik dan persuasif untuk mendukung kampanye promosi UMKM Chick N Pepper, Fayaz Craft, dan Kopi Basement di media sosial. Tugas ini meliputi pengembangan strategi konten yang efektif, serta pembuatan design posting yang menarik, untuk meningkatkan kesadaran dan rasa penasaran dari target market. Hasil akhir dari perancangan media promosi ini berupa feeds, story Instagram, dan X-Banner dengan memperhatikan karakteristik dan preferensi audiens target agar mampu menarik perhatian, membangun minat, dan meningkatkan interaksi pengguna di platform media sosial. Upaya ini diharapkan dapat memberikan dampak positif dalam memperluas jangkauan dan meningkatkan popularitas UMKM tersebut secara online.
4. Naomi Angela, *Packaging Designer* : Berperan dalam merancang desain kemasan yang menarik dan fungsional untuk produk-produk UMKM Chick N Pepper, Fayaz Craft, dan Kopi Basement. Hal tersebut mencakup pengembangan konsep desain kemasan yang mempertimbangkan aspek kebutuhan praktis seperti keamanan dan kemudahan penggunaan, serta memperhatikan aspek estetika yang menarik dan konsistensi merek dari masing-masing UMKM tersebut. Hasil akhir dari perancangan kemasan berbentuk dummy 3D yang telah didesain sesuai dengan standar fungsionalitas yang diperlukan, serta mampu mencerminkan identitas dan

nilai merek UMKM, sehingga dapat memberikan nilai tambah bagi produk dan meningkatkan daya tariknya di pasaran.

Berlandaskan skema hirarki kedudukan tim MBKM Proyek Desa yang telah ditetapkan sebelumnya, terbentuklah alur kerja dan koordinasi antara tim pelaksana Program Proyek Desa dengan Dosen Pembimbing Internal serta Dosen Pembimbing Eksternal/Pembimbing Lapangan/Supervisor. Dengan demikian, alur kerja dan koordinasi yang terjalin antara UMKM dan kedua dosen pembimbing tersebut serta desainer/penulis menjadi kunci utama dalam memastikan kelancaran dan kesuksesan pelaksanaan Program Proyek Desa secara menyeluruh.



Gambar 3.2 Alur Koordinasi tim Proyek Desa

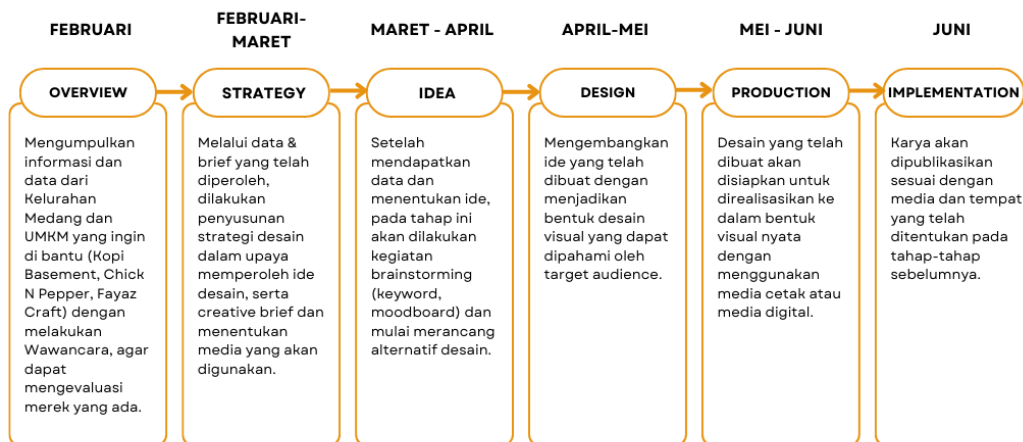
Pihak UMKM memegang peranan kunci sebagai objek pertama yang memberikan kewenangan kepada supervisor untuk menjalankan program cluster MBKM Proyek Desa. Dalam kerangka koordinasi ini, pihak UMKM tidak hanya menyampaikan permasalahan yang sedang dihadapi, tetapi juga memberikan brief kepada desainer atau penulis untuk merancang media promosi yang dapat memecahkan masalah yang dihadapi oleh UMKM tersebut. Supervisor bertanggung jawab untuk mengoordinasikan komunikasi antara pihak UMKM dan tim desainer selama berlangsungnya program cluster MBKM ini. Tugasnya juga

meliputi pengawasan terhadap tim desainer untuk memastikan bahwa semua tahapan perancangan berjalan sesuai dengan rencana dan tujuan yang telah ditetapkan.

Setelah menerima brief dari pihak UMKM, desainer memulai proses perancangan dengan bimbingan Dr. Suwito Casande, S.Sn., M.Ds. selaku dosen pembimbing internal atau *advisor*. Dalam proses ini, tim desainer berusaha untuk memahami masalah yang dihadapi oleh UMKM dan membuat solusi berupa hasil desain yang efektif bagi UMKM tersebut. Selain itu, penulis dan tim juga menerapkan feedback yang diberikan oleh dosen pembimbing untuk memastikan bahwa perancangan berjalan sesuai dengan brief yang diberikan dan prinsip-prinsip desain yang telah ditetapkan. Setelah melakukan revisi berdasarkan masukan dari dosen pembimbing, desainer/penulis kemudian menyampaikan hasil desain kepada pihak UMKM untuk evaluasi lebih lanjut dan iterasi yang mungkin diperlukan. Dengan demikian, kolaborasi antara pihak UMKM, *supervisor*, tim desainer, dan *advisor* memainkan peran penting dalam memastikan solusi yang dihasilkan dapat memberikan nilai tambah yang signifikan bagi UMKM yang bersangkutan.

3.3 Tahapan Pelaksanaan Program

Tahapan pelaksanaan program proyek desa yang dapat mempermudah penulis dalam merancang media promosi UMKM Chick N Pepper yaitu mengacu pada buku yang berjudul “Advertising by Design” karya Robin Landa tahun 2010. Dengan mengacu pada kerangka kerja yang telah ditetapkan oleh Landa, penulis dapat mengikuti langkah-langkah yang terstruktur dan terarah dalam merancang media promosi untuk UMKM Chick N Pepper, Fayaz Craft, dan Kopi Basement sehingga dapat menghasilkan kampanye promosi yang lebih efektif dan berhasil mencapai tujuan yang diinginkan. Dalam buku tersebut, Landa mengemukakan enam tahapan proses perancangan promosi, yaitu :



Gambar 3.3 Roadmap (Tahapan Kegiatan)

1. *Overview*, Februari

Pada tahap ini, penulis akan melakukan pengumpulan materi dan data secara cermat mengenai Kelurahan Medang dan UMKM yang bersangkutan. Tujuannya adalah untuk memperdalam pemahaman dan mengetahui dengan lebih baik permasalahan yang dihadapi dalam desain grafis. Dalam proses ini, penulis akan mengidentifikasi latar belakang desa tersebut, termasuk sejarah, demografi, dan perkembangan terkini. Selain itu, penulis juga akan melakukan identifikasi target pasar yang relevan untuk UMKM yang dituju, mencakup karakteristik konsumen potensial dan tren pasar yang ada. Pengumpulan informasi ini akan dilakukan melalui berbagai metode penelitian kualitatif, seperti wawancara dengan pihak kelurahan, POKDARWIS, dan pemilik UMKM, observasi secara langsung di lapangan, serta studi eksisting. Selain itu penulis melakukan analisis SWOT terhadap UMKM yang dituju. Dengan pendekatan ini, diharapkan penulis dapat mengumpulkan data yang akurat dan komprehensif untuk memberikan landasan yang kuat dalam merancang solusi desain yang tepat dan efektif bagi UMKM yang bersangkutan.

2. *Strategy*, Februari – Maret

Pada tahap ini, data yang telah diperoleh pada tahap pertama akan disusun dan diolah dengan cermat guna menghasilkan strategi media promosi yang sesuai dengan kebutuhan dan tujuan yang ingin dicapai. Melalui analisis mendalam terhadap informasi yang terkumpul, penulis akan merancang strategi yang mendalam dan efektif. Hal ini mencakup penyusunan creative brief dan design brief yang akan menjadi landasan bagi pengembangan konten promosi yang memikat dan berdaya saing. Selain itu, penulis juga akan menentukan konten promosi yang paling relevan dan efektif untuk mencapai target pasar yang dituju, termasuk media sosial, cetak, digital, atau kombinasi dari berbagai platform. Dengan pendekatan yang terstruktur dan berbasis data, diharapkan strategi yang dirancang dapat memberikan hasil yang maksimal dalam mempromosikan UMKM dan mencapai tujuan yang telah ditetapkan.

3. *Idea*, Maret – April

Dalam tahap *idea*, penulis melakukan mindmapping dan brainstorming dengan tujuan menghasilkan *big idea* yang inovatif dan relevan. Proses ini memungkinkan penulis untuk menjelajahi berbagai gagasan dan konsep yang dapat memudahkan penulis dalam mengembangkan ide yang tepat. Setelah menentukan *big idea*, penulis akan menyusun *moodboard* dan kerangka desain untuk memberikan gambaran visual tentang konsep yang diusulkan. Dengan menggunakan *moodboard* sebagai panduan visual, penulis dapat menghasilkan perancangan iklan yang efektif dan menarik bagi target pasar yang dituju. Dengan pendekatan ini, diharapkan hasil akhir dari tahap ini akan mencerminkan kreativitas dan kesesuaian dengan strategi yang telah dirumuskan sebelumnya, sehingga dapat memberikan dampak yang signifikan dalam promosi produk atau layanan yang ditawarkan oleh UMKM yang bersangkutan.

4. *Design*, April – Mei

Pada tahap keempat, penulis akan mengembangkan ide yang telah dibuat dengan mengubahnya menjadi bentuk desain visual yang dapat dengan mudah dipahami oleh target audiens. Desain yang dirancang akan disesuaikan dengan kerangka desain dan moodboard yang telah disusun sebelumnya. Proses perancangan visualisasi ini dimulai dengan pembuatan sketsa kasar yang memperlihatkan konsep dan elemen-elemen utama, yang kemudian akan diperinci dan diberi warna sesuai dengan ide dan konsep yang telah ditetapkan. Langkah terakhir adalah finalisasi karya, di mana desain akan diperiksa secara teliti untuk memastikan bahwa setiap detail telah diatur dengan baik dan sesuai dengan tujuan promosi yang ingin dicapai. Dengan proses ini, diharapkan hasil akhirnya dapat memberikan dampak visual yang kuat dan efektif dalam menarik perhatian serta memengaruhi target audience dengan cara yang diinginkan.

5. *Production*, Mei – Juni

Pada tahap kelima, desain yang telah dibuat akan disiapkan untuk direalisasikan dan dieksekusi ke dalam bentuk visual nyata menggunakan media cetak atau media digital. Proses ini melibatkan penyesuaian desain agar sesuai dengan persyaratan teknis dan kebutuhan platform yang akan digunakan. Selain itu, penulis juga memastikan kembali keefektifan desain media untuk target audience dengan melakukan evaluasi terhadap aspek-aspek yang berkaitan dengan relevansi karya, daya tarik visual, dan kesesuaian pesan dengan strategi pemasaran yang telah ditetapkan sebelumnya. Hal-hal yang diperhatikan meliputi kualitas desain, pengaturan, serta aspek teknis lainnya untuk memastikan bahwa hasil akhir mencapai standar yang diinginkan dan sesuai dengan perencanaan yang telah dibuat sebelumnya. Dengan pendekatan ini, diharapkan desain yang dieksekusi

dapat memberikan dampak yang positif dan efektif dalam mencapai tujuan promosi dan komunikasi dengan target audience yang dituju.

6. *Implementation*, Juni

Pada tahap terakhir ini, penulis memasuki fase publikasi atau implementasi desain ke dunia nyata. Karya akan dipublikasikan sesuai dengan media dan tempat yang telah ditentukan pada tahap-tahap sebelumnya, baik itu melalui media cetak maupun digital. Selama proses evaluasi, penulis akan menerima feedback secara langsung dari pihak UMKM yang bersangkutan. Melalui feedback ini, penulis dapat memperoleh respon dan masukan yang berharga mengenai kelebihan dan kekurangan desain media promosi yang telah dirancang. Evaluasi ini menjadi penting karena memberikan kesempatan untuk meningkatkan kualitas desain dan menyesuaikannya dengan kebutuhan dan preferensi pihak UMKM serta target audience. Dengan demikian, tahap evaluasi menjadi bagian penting dalam pengembangan desain, memungkinkan penulis untuk terus melakukan perbaikan dan peningkatan yang dibutuhkan untuk mencapai hasil yang optimal dan memuaskan.

3.4 **Timeline dan Uraian Tugas dalam Kegiatan MBKM**

3.4.1 **Timeline Program MBKM Proyek Desa**

Tabel di bawah ini merupakan rincian pekerjaan yang penulis telah lakukan selama menjalani MBKM Proyek Desa di Kelurahan Medang sebagai *social media specialist*.

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

Tabel 3.2 Tabel *Timeline* MBKM Proyek Desa

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
Overview	Identifikasi masalah																					
	Identifikasi Target Pasar																					
	Pengumpulan Data	Studi Referensi																				
		Interview																				
Observasi																						
Strategy	Analisis data																					
	Perancangan Creative Brief	Penentuan Value dan Key Message																				
		Penentuan media yang akan digunakan untuk promosi																				
Idea	Brainstorming																					
	Mind Mapping																					
	Penentuan Konsep																					
	Perancangan ide																					
Design	Visualisasi																					
Production	Produksi																					
Implementation	Publikasi																					

3.4.2 Uraian Tahapan Kegiatan MBKM

Tabel di bawah ini merupakan rincian pekerjaan yang penulis telah lakukan selama menjalani MBKM Proyek Desa di Kelurahan Medang sebagai *social media specialist*.

Tabel 3.3 Tabel Tahapan Kegiatan Proyek Desa

No.	Minggu	Proyek/Kegiatan	Keterangan
1.	1 (1 Februari-8 Februari 2024)	5 Februari 2024 Acara serah terima Mahasiswa MBKM	Acara serah terima merupakan momen penting yang melibatkan penyerahan secara simbolis para mahasiswa Universitas Multimedia Nusantara (UMN) kepada pihak Kelurahan Medang. Acara ini menandai peresmian resmi berjalannya cluster MBKM Proyek Desa, yang mencerminkan kolaborasi yang erat antara perguruan tinggi dan masyarakat lokal dalam upaya memajukan desa.
3.	3 (15 Februari – 21 Februari 2024)	19 Februari 2024 Mengunjungi Kantor Kelurahan Medang	- Mewawancarai Eti Suharyati, A.Md selaku sekretaris Kelurahan Medang guna mendapatkan sejumlah informasi terkait latar belakang Kelurahan Medang, kependudukan, serta permasalahan yang pernah/sedang terjadi di

			<p>Kelurahan Medang secara keseluruhan.</p> <ul style="list-style-type: none"> - Mewawancarai Nuri Nurziki selaku pemilik Kopi Basement dan pengurus POKDARWIS Medang mengenai latar belakang, produk yang dijual, kendala/masalah yang sedang dialami, serta upaya yang pernah dilakukan terhadap UMKM tersebut. Selain itu, penulis juga bertanya mengenai target pasar yang dituju serta visi dan misi dari UMKM Kopi Basement ini. - Mewawancarai Nuri Nurziki selaku kepala pengurus POKDARWIS Medang mengenai latar belakang terbentuknya POKDARWIS, visi dan misi, masalah/kendala yang sedang dialami, serta program yang sedang dijalankan oleh POKDARWIS.
--	--	--	---

		<p>20 Februari 2024</p> <p>Melakukan interview dengan pemilik UMKM Fayaz Craft</p>	<p>Melakukan wawancara dengan Lely Lidyasari selaku pemilik UMKM Fayaz Craft untuk mendapatkan informasi mengenai latar belakang, produk yang dijual, kendala/masalah yang sedang dialami, serta upaya yang pernah dilakukan terhadap UMKM tersebut. Selain itu, penulis juga bertanya mengenai target pasar yang dituju serta visi dan misi dari UMKM Fayaz Craft ini.</p>
		<p>21 Februari 2024</p> <p>Melakukan bimbingan pertama dengan dosen pembimbing Dr. Suwito Casande, S. Sn., M. Ds., (Advisor)</p>	<p>Pada bimbingan pertama, dosen pembimbing secara rinci membahas tata cara penulisan laporan yang baik kepada mahasiswa. Selain itu, dalam sesi tersebut, dosen pembimbing juga memberikan arahan dan panduan terkait penyusunan latar belakang dan abstrak, sebagai bagian penting dari struktur dan isi laporan yang akan disusun oleh penulis. Diskusi yang mendalam ini bertujuan untuk memberikan pemahaman yang komprehensif kepada penulis tentang standar penulisan ilmiah yang tepat serta memastikan bahwa setiap elemen</p>

			laporan memiliki kejelasan dan keakuratan yang dibutuhkan.
6.	4 (22 Februari – 29 Februari 2024)	22 Februari 2024 - Melakukan wawancara dengan pihak kelurahan - Melakukan wawancara dengan pemilik UMKM Chick N Pepper.	- Mewawancarai Eti Suharyati, A.Md selaku sekretaris Kelurahan Medang guna memperoleh data kependudukan Kelurahan Medang serta bertanya lebih mendalam terkait masalah-masalah yang sedang dihadapi oleh masyarakat Medang serta upaya yang pernah dilakukan untuk mengatasi masalah tersebut. Selain itu, penulis mengajukan pertanyaan mengenai pemberdayaan masyarakat Kelurahan Medang untuk mencegah angka pengangguran semakin meningkat. - Mewawancarai Ubaidillah Arisya Hopes selaku pemilik UMKM Chick N Pepper untuk mendapatkan informasi

		<p>mengenai latar belakang, produk yang dijual, kendala/masalah yang sedang dialami, serta upaya yang pernah dilakukan terhadap UMKM tersebut. Selain itu, penulis juga bertanya mengenai target pasar yang dituju serta visi dan misi dari UMKM Chick N Pepper ini.</p>
	<p>28 Februari 2024 Melakukan bimbingan kedua dengan dosen pembimbing Dr. Suwito Casande, S. Sn., M. Ds., (Advisor)</p>	<p>Pada bimbingan kedua, dosen pembimbing secara teliti melakukan revisi mendalam pada bab 1 dari laporan yang disusun oleh mahasiswa. Selain itu, dalam sesi tersebut, dosen pembimbing juga membahas dengan detail mengenai penyusunan laporan bagian bab 2, mulai dari poin 2.1 hingga 2.2 yang berkaitan dengan profil desa dan kondisi sosial. Diskusi yang berlangsung meliputi panduan tentang informasi apa yang harus disertakan, analisis yang diperlukan, serta cara penyajian yang sesuai untuk memastikan</p>

			kelengkapan dan kualitas laporan yang dihasilkan.
8.	1 (1 Maret – 7 Maret 2024)	4 Maret 2024 Melakukan wawancara kembali dengan pihak kelurahan	Melakukan wawancara Eti Suharyati, A.Md selaku sekretaris Melakukan wawancara dengan Eti Suharyati, A.Md selaku sekretaris Kelurahan Medang serta Leo Tumpal Binsar Pardomuan, SE, MM selaku Kasi Ketentraman, Ketertiban, dan Perlindungan Masyarakat bertujuan untuk memperoleh informasi lebih jelas mengenai data monografi yang telah diberikan pada beberapa hari yang lalu. Dengan melakukan wawancara langsung dengan pihak terkait, penulis memperoleh pemahaman yang lebih mendalam serta klarifikasi terkait data yang terdapat dalam monografi tersebut untuk mendukung kelancaran proses analisis dan pembahasan lebih lanjut.
9.	2 (8 Maret – 14 Maret 2024)	8 Maret 2024 Melakukan bimbingan ketiga dengan dosen pembimbing Dr.	Pada bimbingan ketiga, fokus pembahasan dosen pembimbing adalah mengenai penyusunan laporan bagian bab 3 yang mencakup poin 3.1 hingga 3.4.

		<p>Suwito Casande, S. Sn., M. Ds., (Advisor)</p>	<p>Selain itu, dalam sesi ini, dosen pembimbing juga memberikan panduan mengenai pembuatan alur koordinasi dan roadmap tahapan kegiatan. Diskusi ini meliputi penjelasan mendetail tentang informasi apa yang harus disertakan dalam setiap poin, analisis yang diperlukan, serta bagaimana cara menyajikannya secara sistematis dan logis.</p> <p>Dengan membahas alur koordinasi dan roadmap, penulis dapat memahami dengan lebih baik langkah-langkah yang perlu diambil untuk mencapai tujuan proyek dan mengorganisir tugas-tugas yang harus dilakukan secara efisien.</p>
		<p>11 Maret 2024 Mengadakan kerja kelompok via line call.</p>	<p>Melakukan pembagian <i>jobdesc</i> secara jelas antar kelompok dan membuat peta peran, alur koordinasi, roadmap tahapan pelaksanaan kegiatan Proyek Desa.</p>
10.	3 (15 Maret – 21 Maret 2024)	<p>15 Maret 2024 Melakukan bimbingan keempat dengan dosen pembimbing Dr.</p>	<p>Pada bimbingan keempat, dosen pembimbing secara menyeluruh membahas finalisasi laporan dari bab 1 hingga bab 3, memastikan bahwa setiap bagian telah terisi</p>

		Suwito Casande, S. Sn., M. Ds., (Advisor)	dengan informasi yang relevan dan analisis yang tepat. Selain itu, dalam sesi bimbingan tersebut, dosen pembimbing juga membahas budgeting yang akan digunakan dalam proses perancangan desain, membantu penulis untuk merencanakan alokasi sumber daya secara efisien serta untuk pembuatan proposal pengajuan dana. Selanjutnya, dalam bimbingan keempat, dosen pembimbing juga menjelaskan tentang evaluasi pertama yang telah dijadwalkan akan berlangsung mulai dari tanggal 18 Maret hingga 26 Maret 2024.
		18 Maret 2024 Periode Evaluasi I cluster MBKM Proyek Desa	Periode evaluasi I (18 Maret – 22 Maret) dengan mengumpulkan laporan dari bab 1-3 untuk dilakukan evaluasi oleh dosen pembimbing.
11.	4 (22 Maret – 31 Maret 2024)	27 Maret 2024 Meminta penilaian kepada ketiga UMKM	Mengunjungi ketiga UMKM untuk meminta pihak UMKM mengisi form penilaian sebagai penilaian evaluasi 1.
		28 Maret 2024	Penulis mengumpulkan form penilaian yang telah diisi oleh

		<p>Pengumpulan form penilaian eksternal ke pihak Lembaga Penelitian Pengabdian Masyarakat (LPPM) UMN</p>	<p>ketiga pihak UMKM ke pihak LPPM UMN sebagai syarat kelulusan evaluasi I.</p>
12.	<p>1 (1 April – 7 April 2024)</p>	<p>3 April 2024 Melakukan bimbingan kelima dengan dosen pembimbing Dr. Suwito Casande, S. Sn., M. Ds., (Advisor)</p>	<p>Membahas mengenai format penulisan bab 4 dan proses perancangan. Penulis diminta untuk menanyakan ke pihak UMKM terkait ijin usaha, dan BPOM.</p>
13	<p>3 (15 April – 21 April 2024)</p>	<p>19 April 2024 Melakukan bimbingan keenam dengan dosen pembimbing Dr. Suwito Casande, S. Sn., M. Ds., (Advisor)</p>	<p>Pada bimbingan keenam, dosen pembimbing membahas mengenai proses perancangan seperti pembuatan <i>mindmap</i>, menentukan <i>keywords</i> dan <i>big idea</i>.</p>
14	<p>4 (22 April – 30 April 2024)</p>	<p>23 April 2024 Mengadakan kerja kelompok via line call</p>	<p>Para anggota kelompok bekerja sama dalam membuat <i>mindmap</i>, menentukan <i>keywords</i>, dan <i>big idea</i>, serta membuat moodboard.</p>
		<p>26 April 2024 Melakukan bimbingan ketujuh</p>	<p>Pada bimbingan ketujuh, penulis dan anggota kelompok melakukan</p>

		dengan dosen pembimbing Dr. Suwito Casande, S. Sn., M. Ds., (Advisor)	asistensi <i>mindmap</i> , <i>keywords</i> , <i>big idea</i> , serta moodboard.
15	1 (1 Mei – 7 Mei 2024)	3 Mei 2024 Melakukan bimbingan kedelapan dengan dosen pembimbing Dr. Suwito Casande, S. Sn., M. Ds., (Advisor)	Pada bimbingan kedelapan, penulis melakukan asistensi terkait sketsa media promosi Fayaz Craft, Kopi Basement, dan Chick N Pepper,
		7 Mei 2024 Melakukan kunjungan ke desa untuk mengadakan pertemuan dengan ketiga pemilik UMKM.	Penulis dan kelompok mengunjungi ketiga UMKM untuk menunjukkan progress preancangan yang telah dilakukan. Penulis juga meminta feedback dari pemilik UMKM terkait sketsa media promosi yang telah penulis rancang.
16	2 (8 Mei – 14 Mei 2024)	10 Mei 2024 Melakukan bimbingan kesembilan dengan dosen pembimbing Dr. Suwito Casande, S. Sn., M. Ds., (Advisor)	Pada bimbingan kesembilan, penulis melakukan asistensi sketsa media promosi yang telah penulis tunjukkan ke pihak UMKM. Dosen pembimbing memberikan masukan yang membangun dan efektif untuk perancangan media promosi ketiga UMKM tersebut.

		<p>13 Mei 2024</p> <p>Melakukan kunjungan ke desa untuk mengadakan pertemuan dengan ketiga pemilik UMKM.</p>	<p>Penulis meminjam dan membeli beberapa sample produk yang mereka jual, untuk melakukan foto produk yang akan diaplikasikan ke media promosi masing-masing UMKM.</p>
17	4 (22 Mei – 31 Mei 2024)	<p>22 Mei 2024</p> <p>Melakukan bimbingan kesembilan dengan dosen pembimbing Dr. Suwito Casande, S. Sn., M. Ds., (Advisor)</p>	<p>Pada bimbingan kesepuluh, penulis melakukan asistensi final hasil desain media promosi dari ketiga UMKM kepada dosen pembimbing. Kemudian, dosen pembimbing memberikan masukan yang dapat membantu penulis untuk menyempurnakan perancangan.</p>
		<p>27 Mei 2024</p> <p>Periode Evaluasi I cluster MBKM Proyek Desa</p>	<p>Periode evaluasi II (27 Mei – 31 Mei) dengan mengumpulkan laporan secara keseluruhan dari bab 1 – 5 untuk dilakukan evaluasi oleh dosen pembimbing.</p>
		<p>28 Mei 2024</p> <p>Meminta penilaian kepada ketiga UMKM</p>	<p>Mengunjungi ketiga UMKM untuk meminta pihak UMKM mengisi form penilaian sebagai penilaian evaluasi 1.</p>

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