

BAB III

PENYUSUNAN PELAKSANAAN KEGIATAN MBKM

3.1 Waktu dan Tempat Pelaksanaan

Kelurahan Medang terletak di Kecamatan Pagedangan, Kabupaten Tangerang, Banten dipilih sebagai lokasi untuk menjalankan program pengembangan pedesaan. Wilayah ini dikenal sebagai salah satu destinasi wisata yang bergerak dalam bidang kuliner UMKM lokal yang bervariasi dan lengkap. UMKM yang beroperasi pada Kelurahan Medang, dibantu oleh lembaga pemerintah, yaitu PORDAKWIS (Kelompok Sadar Wisata) yang bertugas memperkenalkan, melestarikan dan meningkatkan UMKM khas daerah Medang. Program MBKM Cluster Proyek Desa dijadwalkan akan dilaksanakan dengan durasi selama 6 bulan, mulai dari bulan Januari hingga Juni, dengan tujuan untuk meningkatkan kesejahteraan dan pembangunan berkelanjutan di Kelurahan Medang. Pelaksanaan MBKM Cluster proyek Desa dilaksanakan bersama dalam suatu tim sehingga diharapkan dapat memberikan dampak positif yang signifikan bagi pembangunan berkelanjutan di Kelurahan Medang.

Dalam pelaksanaan kegiatan MBKM Cluster Proyek Desa, setiap anggota memiliki peran masing – masing yang terdiri dari Creative Director, Graphic Designer, Packaging Designer dan Social Media Specialist. Cheryl Chandra bertanggung jawab sebagai Creative Director dalam tim, yang tugas utamanya adalah mengawasi proses kreatif setiap anggota tim, meninjau pekerjaan, menyelesaikan masalah, dan memberikan masukan kepada tim kreatif. Adapula seorang Graphic Designer yang merupakan peran dari Elsa Laurend Rianly, dengan tugas utama, yaitu merancang identitas visual dari UMKM yang berada di Kelurahan Medang serta elemen-elemen visual pendukung yang dibutuhkan. Kemudian, terdapat seorang Packaging Designer yang merupakan peran dari Naomi Angela yang bertanggung jawab terhadap perancangan struktur bentuk hingga desain yang akan ditampilkan pada kemasan UMKM khas Medang.

Terakhir, peran Social Media Specialist yang ditangani oleh Jesline Angelina, yang bertanggung jawab atas setiap konten grafis, video dan text yang akan dipublikasi dalam sosial media UMKM Kelurahan Medang.

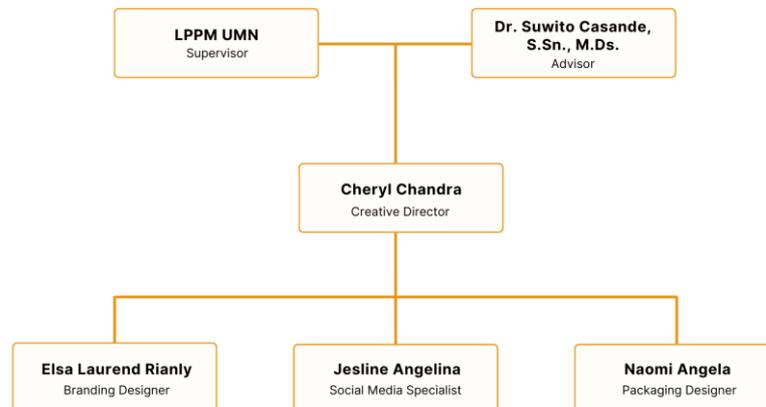
Tabel 3. 1 Tabel Waktu dan Tempat Pelaksanaan Cluster MBKM Proyek Desa

Nama Desa	:	Kelurahan Medang
Lokasi Desa	:	Kecamatan Pagedangan
Area/Wilayah Desa	:	Kabupaten Tangerang
Provinsi	:	Banten
Tanggal Pelaksanaan Proyek Desa	:	5 Februari 2024 s/d 12 Juni 2024
Durasi Program (Bulan)	:	6 bulan

3.2 Peta Peran Pelaksana Program Proyek Desa

Pelaksanaan program MBKM proyek desa merupakan salah satu bentuk keterlibatan mahasiswa dalam upaya pembangunan dan pemberdayaan masyarakat. Sebagai salah satu bagian dari program, MBKM Proyek desa merumuskan strategi untuk mendukung pembangunan di tingkat kelurahan melalui kolaborasi antara mahasiswa, pemerintah desa, UMKM setempat dan dosen pembimbing. Dalam rangka menjalankan program dengan efektif, diperlukan suatu strukturisasi anggota yang terorganisir. Skema hirarki kedudukan dalam tim program MBKM Cluster Proyek Desa berfungsi sebagai penjelasan peran serta tanggung jawab dari setiap anggota dalam rangka mencapai tujuan bersama. Oleh karena itu, dalam pelaksanaannya, setiap anggota tim yang terlibat dalam MBKM Cluster Proyek Desa memiliki peran dan tanggung jawab yang berbeda dan akan memberikan kontribusi masing – masing tergantung *jobdesc* yang telah disepakati bersama.

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



Gambar 3.1 Bagan Kedudukan Pelaksana Tim MBKM Proyek Desa

Dalam struktur pelaksanaan program MBKM Cluster Proyek Desa, struktur hirarki dari pelaksanaan memiliki tingkatan tertinggi yang dipegang oleh supervisor dan advisor. Peran dari Supervisor dan Advisor merupakan pengawas maupun pembimbing dari setiap kegiatan yang dilakukan oleh mahasiswa. Supervisor merupakan dosen pembimbing eksternal yang bertugas sebagai pengawas, sementara advisor merupakan dosen pembimbing internal yang berperan sebagai pembimbing mahasiswa. Berikut tugas dari advisor sebagai dosen pembimbing internal dan supervisor sebagai pembimbing eksternal dalam kegiatan MBKM proyek desa.

1. LPPM (Lembaga Penelitian dan Pengabdian kepada Masyarakat)

LPPM merupakan lembaga di Universitas Multimedia Nusantara (UMN) yang memiliki peran penting sebagai supervisor atau dosen pembimbing eksternal dalam proyek desa yang dilaksanakan di Kelurahan Medang. Tugas utama LPPM UMN dalam konteks ini adalah mengawasi seluruh tahapan perencanaan, pelaksanaan, dan evaluasi hasil proyek yang dilakukan oleh mahasiswa. Sebagai pengawas implementasi proyek, LPPM memiliki tanggung jawab untuk memastikan bahwa proyek berjalan sesuai dengan rencana yang telah disusun dan memberikan dampak positif yang signifikan bagi masyarakat di Kelurahan Medang. Di awal proyek, LPPM berperan dalam membimbing

mahasiswa dalam merencanakan setiap langkah yang akan diambil, mulai dari identifikasi masalah hingga perumusan strategi penyelesaiannya. Selain itu, LPPM juga bertugas untuk membantu mahasiswa dalam melakukan riset dan pengumpulan data yang diperlukan untuk mendukung perencanaan proyek.

Selama pelaksanaan proyek, LPPM akan terlibat secara aktif dalam memantau kemajuan proyek, memberikan arahan dan bimbingan kepada mahasiswa, serta mengatasi setiap kendala yang mungkin timbul. Tujuannya adalah untuk memastikan bahwa proyek berlangsung sesuai jadwal yang telah ditentukan dan memenuhi standar kualitas yang diinginkan. Setelah proyek selesai dilaksanakan, LPPM akan melakukan evaluasi terhadap hasil yang telah dicapai oleh mahasiswa. Evaluasi ini meliputi analisis terhadap dampak proyek terhadap masyarakat di Kelurahan Medang, sejauh mana tujuan proyek tercapai, serta identifikasi pembelajaran yang dapat diambil untuk perbaikan di masa mendatang. Selain melakukan pengawasan langsung terhadap proyek, LPPM juga memiliki tanggung jawab untuk memfasilitasi kolaborasi antara mahasiswa dengan berbagai pihak terkait, termasuk pemerintah daerah, lembaga swadaya masyarakat, dan oknum lainnya.

2. Dosen Pembimbing Internal (Dr. Suwito Casande, S.Sn., M.Ds.)

Dalam proyek MBKM Desa, Bapak Dr. Suwito Casande, S.Sn., M.Ds. memiliki peran yang sangat penting sebagai dosen pembimbing internal bagi mahasiswa yang terlibat dalam proyek tersebut. Sebagai dosen pembimbing internal, beliau memiliki tanggung jawab utama dalam memimpin mahasiswa dalam pelaksanaan kegiatan yang terkait dengan penelitian dan perancangan yang menjadi fokus permasalahan pada proyek desa. Tugas-tugas Bapak Dr. Suwito Casande, S.Sn., M.Ds. tidak hanya terbatas pada memberikan arahan dan masukan, namun juga termasuk memberikan penjelasan mendalam mengenai suatu perancangan laporan penelitian hingga desain. Beliau bertanggung jawab untuk memastikan bahwa mahasiswa memahami dengan baik konsep dasar dan metodologi yang digunakan dalam penelitian dan perancangan yang mereka lakukan.

Selain memberikan arahan secara umum, Bapak Dr. Suwito Casande, S.Sn., M.Ds. juga bertugas untuk memberikan bimbingan secara rutin kepada mahasiswa selama proses perancangan berlangsung. Bimbingan ini mencakup berbagai aspek, mulai dari pengembangan ide hingga implementasi konsep menjadi suatu karya desain yang layak dan sesuai dengan prinsip-prinsip desain yang berlaku. Dalam hal perancangan desain, Bapak Dr. Suwito Casande, S.Sn., M.Ds. akan memberikan panduan yang jelas mengenai penggunaan elemen-elemen desain, pemilihan warna, tipografi, dan aspek visual lainnya. Tujuannya adalah untuk memastikan bahwa desain yang dihasilkan oleh mahasiswa tidak hanya estetik, tetapi juga memenuhi kebutuhan fungsional dari proyek yang sedang dilakukan. Selain itu, Bapak Dr. Suwito Casande, S.Sn., M.Ds. juga berperan sebagai fasilitator dalam mengatasi setiap kendala yang mungkin dihadapi oleh mahasiswa selama proses perancangan. Beliau akan memberikan dukungan moral dan teknis yang dibutuhkan mahasiswa untuk mengatasi tantangan dan mencapai tujuan yang telah ditetapkan dalam proyek MBKM Desa.

Berdasarkan struktur hierarki, dibawah supervisor dan advisor, terdapat anggota kelompok yang memiliki tugas dan peran masing-masing dalam upaya mencapai keberhasilan pada perancangan proyek. Oleh karena itu, setiap anggota memiliki tugas dan peran masing-masing sebagai berikut.

1. Cheryl Chandra: sebagai seorang *Creative Director* merangkap ilustrator, dalam pelaksanaan proyek desa ini bertugas dalam mengawasi proses kreatif dari setiap anggota tim, mengulas pekerjaan, memecahkan masalah, dan memberikan masukan kepada tim kreatif. *Creative Director* memiliki tugas utama yaitu sebagai pemimpin dari setiap pelaksanaan proyek desa di Kelurahan Medang. Sedangkan sebagai ilustrator, memiliki peran dalam membuat seluruh aset ilustrasi dan elemen visual yang dibutuhkan oleh setiap UMKM Chick & Pepper, Fayaz Craft dan Kopi Basement. Ilustrasi dan elemen visual yang dirancang nantinya akan diterapkan pada setiap media yang dimiliki oleh

UMKM Medang, seperti merchandise, packaging, media promosi, dan media lainnya yang diperlukan.

2. Elsa Laurend Rianly : Sebagai seorang *Graphic Designer* yang berperan dalam mengembangkan identitas visual dan *branding*, Elsa Laurend Rianly memiliki tanggung jawab penting dalam membentuk citra dan kesan pertama yang kuat bagi UMKM di Kelurahan Medang, khususnya Chick & Pepper, Fayaz Craft, dan Kopi Basement. Tugasnya meliputi perancangan logo yang mencerminkan nilai-nilai dan karakteristik masing-masing bidang UMKM, serta pengembangan supergraphic yang memiliki daya tarik dan mudah diingat. Selain itu, hasil perancangan identitas visual akan diaplikasikan oleh anggota tim ke media collateral maupun media promosi yang dibutuhkan oleh setiap UMKM. Melalui pelaksanaan perancangan, akan bertujuan dalam membangun brand awareness yang kuat serta membuat setiap bisnis UMKM tersebut menjadi lebih dikenal dan diakui di tengah masyarakat lokal maupun secara lebih luas. Sebagai seorang *Graphic Designer*, akan dipastikan bahwa setiap elemen desain tidak hanya memperkuat identitas visual masing-masing brand, tetapi juga menciptakan kesan yang konsisten dan meningkatkan daya tarik target audiens.
3. Jesline Angelina: sebagai *Social Media Specialist*, Jesline Angelina memiliki peran penting dalam memperluas jangkauan dan keterlibatan interaksi audiens pada UMKM Chick & Pepper, Fayaz Craft dan Kopi Basement melalui platform media sosial. Dalam pelaksanaannya, Jesline bertugas dalam perancangan dan penerbitan media promosi dalam social media yang mampu meningkatkan daya tarik, yang diterapkan dalam bentuk text dan visual. Perancangan konten didasari dengan perilaku online target audiens yang dituju agar strategi marketing yang dilakukan melalui visualisasi ilmu desain dapat tepat sasaran. Dengan memahami tren terkini dan algoritma platform, *Social Media Specialist* memastikan setiap postingan relevan dengan minat serta kebutuhan audiens. Selain itu, Jesline juga bertanggung jawab untuk menganalisis data dan kinerja

koordinasi antara tim pelaksana Program Proyek Desa dengan Dosen Pembimbing Internal dan Dosen Pembimbing Eksternal/Pembimbing Lapangan/*Supervisor*. Pertama, UMKM menyampaikan brief kepada penulis (desainer) mengenai permasalahan yang dihadapi mulai dari permasalahan dalam segi desain yang mempengaruhi penjualan terhadap UMKM Kopi Basement, Chick N Pepper, dan Fayaz Craft. Wawancara dan observasi yang dilakukan juga menelusuri latar belakang dari perkembangan dari setiap UMKM di Kelurahan Medang. Informasi yang diperoleh akan dipergunakan sebagai brief dalam perancangan desain yang nantinya akan dilakukan.

Desainer berada di bawah pengawasan dari LPPM UMN, yang berperan sebagai fasilitator dan koordinator dari kegiatan kerjasama penelitian dan pengabdian kepada masyarakat. LPPM UMN bertugas sebagai pengawas lapangan dari kegiatan MBKM Cluster Proyek Desa yang diselenggarakan di Kelurahan Medang. Setelah memperoleh *brief* melalui UMKM, desainer akan melakukan bimbingan kepada dosen pembimbing internal, yaitu kepada Dr. Suwito Casande, S.Sn,M.Ds. yang berperan sebagai *advisor*. Pada tahapan bimbingan yang dilakukan minimal sebanyak 4 kali tersebut, *advisor* akan memberikan *feedback* atas kesalahan maupun kekurangan dalam kinerja yang telah dilakukan oleh seorang desainer terkait pada laporan pada Pra-Evaluasi 1 dan perancangan desain pada bimbingan Pra-Evaluasi 2. Oleh karena itu, sebelum melanjutkan tahapan berikutnya, desainer harus melakukan revisi atas kesalahan atau ketidaklengkapan pada laporan yang telah dirancang.

3.3 Tahapan Pelaksanaan Program

Pelaksanaan tahapan pada pelaksanaan perancangan desain dalam program MBKM disusun melalui diagram *roadmap*. Tujuan pembuatan *roadmap* merupakan penggambaran langkah – langkah detail progress yang dilakukan serta kerangka kerja / kegiatan yang ditempuh penulis dalam pelaksanaan MBKM Proyek Desa di Kelurahan Medang. Menurut buku "Kewirausahaan dan Koperasi", *roadmap* adalah suatu panduan yang membantu individu dalam pelaksanaan strategi serta langkah – langkah untuk mencapai tujuan tertentu. menggambarkan visi jangka panjang suatu organisasi (Sari, H.O.,dkk., 2022).

Melalui perancangan roadmap, peneliti mampu memperoleh acuan dalam memulai tahapan desain, mulai dari penelitian, perancangan, hingga implementasi desain dengan durasi yang telah ditetapkan. *Roadmap* pada MBKM proyek desa ini didasari dengan teori dari tokoh Alina Wheeler dalam bukunya yang berjudul “*Designing Brand Identity*” (2017, hal. 120-197). Wheeler membagi tahapan proses branding menjadi 5 tahapan utama yang perlu dilakukan dalam perancangan desain, yaitu *conducting research*, *clarifying strategy*, *designing identity*, *creating touchpoints* dan *managing assets*.



Gambar 3. 3 Roadmap Tahapan Pelaksanaan Kegiatan MBKM Cluster Proyek Desa
Sumber: Wheeler (2018)

3.3.1 *Conducting Research*, Januari – Februari

Conducting research merupakan tahapan penting dalam pelaksanaan riset penelitian terkait data-data UMKM, terutama dalam konteks target sasaran desain untuk mengaktifkan brand sehingga memenuhi harapan target terhadap UMKM seperti Fayaz Craft (Wheeler, 2017:120). Proses ini melibatkan penggunaan metode pengumpulan data, terutama melalui wawancara, yang bertujuan untuk memperoleh informasi yang penting, seperti visi dan misi UMKM, tujuan dan motivasi pendirian, serta strategi pemasaran yang telah diadopsi. Tahapan ini berlangsung mulai dari bulan Januari akhir hingga Pertengahan bulan Februari tahun 2024. Pelaksanaan tahapan *conducting research* diperoleh melalui wawancara terhadap pendiri usaha Fayaz Craft dilandasi dengan pertanyaan mengenai latar belakang dan permasalahan yang dihadapi oleh UMKM tersebut. Pertanyaan yang diajukan

terdiri dari permasalahan pada segi tingkat penjualan dan kaitan permasalahan dalam lingkup desain yang telah dirancang sebelumnya.

Observasi yang dilakukan pada ruang produksi UMKM Fayaz Craft merupakan menyaksikan secara langsung beberapa proses pembuatan tas, serta meninjau berbagai hasil karya produk yang dihasilkan oleh pemilik. Proses ini memberikan pemahaman mendalam tentang operasional dan karakteristik UMKM tersebut, yang kemudian menjadi dasar penting dalam pengembangan strategi desain yang tepat untuk melakukan *brand activation*. Selain menggunakan metode penelitian wawancara, penulis juga memperoleh data sekunder dengan pemberlakuan riset *website* serta media sosial Fayaz Craft dalam upaya memperoleh data terkait identitas visual sehingga menghasilkan solusi yang tepat.

3.3.2 *Clarifying Strategy*, Februari – Maret

Pada pertengahan bulan Februari hingga Maret 2024, tahapan *clarifying strategy* akan dimulai dalam upaya proses perancangan untuk brand fashion Fayaz Craft. Tahapan ini melibatkan pengelompokan, analisis, dan penyederhanaan data yang telah dikumpulkan sebelumnya. (Wheeler, 2017:126). Dalam menghadapi permasalahan desain dan tingkat penjualan yang ada, penulis memodifikasi pendekatan dengan menyusun strategi desain yang lebih tepat. Penyusunan strategi ini bertujuan untuk menciptakan sebuah brief desain yang akan menjadi pedoman utama dalam proses kreatif. Dengan adanya brief desain yang terperinci, diharapkan ide-ide yang dihasilkan dapat sesuai dengan karakteristik dan visi dari brand Fayaz Craft.

Pentingnya brand positioning yang tepat juga menjadi perhatian dalam tahapan ini. Penulis berupaya menyelaraskan brand positioning dengan strategi desain yang akan digunakan. Dengan demikian, setiap langkah perancangan dapat menggambarkan identitas dan nilai dari brand Fayaz Craft secara konsisten. Proses modifikasi permasalahan menjadi brief desain juga memungkinkan adanya suatu relasi antara tim perancang dan pengambil

keputusan dalam mencapai tujuan yang telah ditetapkan. Keselarasan antara strategi desain dan brief desain menjadi faktor keberhasilan dalam menghasilkan produk yang mampu meningkatkan daya tarik konsumen dan merealisasikan nilai/citra brand Fayaz Craft.

3.3.3 *Designing Identity*, Maret – April

Tahapan ketiga akan dimulai dengan perancangan desain yang didasari oleh brief yang telah diperoleh dari tahap *clarifying strategy*. Tahapan ini dilakukan pada bulan Maret hingga April tahun 2024. Pada tahap ini, perancangan desain akan didasarkan pada brief yang telah diperoleh dari tahap *clarifying strategy* sebelumnya. Fokus utama dari tahapan ini adalah pada *designing identity*, yang melibatkan pemilihan warna, tipografi, ilustrasi, dan elemen desain lainnya yang sesuai dengan karakteristik brand Fayaz Craft (Wheeler, 2017:148). Penulis akan memulai dengan menyalurkan ide sebanyak mungkin sebelum tahap penerapan desain akhir dimulai.

Proses penyaluran ide tersebut melibatkan langkah-langkah seperti penentuan ide utama yang menggambarkan esensi dari brand, pengembangan konsep yang kreatif, serta penyusunan sketsa desain yang mendetail. Setiap elemen desain yang diusulkan harus mencerminkan nilai dan identitas dari brand Fayaz Craft dengan jelas. Selama tahapan ini, penulis akan berfokus pada perancangan setiap elemen desain untuk menciptakan sebuah identitas visual yang konsisten dan kuat. Komunikasi dalam bentuk visual yang efektif antara tim desainer juga menjadi kunci dalam menjaga keselarasan antara konsep yang dihasilkan dengan visi dari brand Fayaz Craft.

3.3.4 *Creating Touchpoints*, April – Mei

Dalam tahapan *creating touchpoints*, desain akhir telah ditetapkan dan merupakan tahapan desainer untuk menyempurnakan setiap detailnya (Wheeler, 2017:166). Proses penyempurnaan ini direncanakan akan berlangsung dari bulan April hingga Mei tahun 2024. Fokus utama adalah pada penyesuaian dan pengembangan lebih lanjut terhadap color palette, elemen

visual, dan jenis typeface yang telah dipilih untuk identitas visual brand. Oleh karena itu, penerapan dalam berbagai ukuran dan media juga telah ditentukan sesuai dengan perencanaan desain. Tahapan penyempurnaan juga mencakup konsistensi antara elemen-elemen desain yang dicantumkan ke dalam berbagai media collateral dan promosi yang akan dibuat untuk brand. Langkah ini memastikan bahwa keseluruhan pengalaman konsumen dengan brand Fayaz Craft akan konsisten dan menjadi suatu kesatuan di berbagai media UMKM yang digunakan untuk komunikasi. Selain itu, konsistensi dalam penggunaan elemen desain juga dapat membantu memperkuat *brand identity* dan meningkatkan daya tarik produk di pasar.

3.3.5 *Managing Assets*, Mei – Juni

Tahapan *Managing Assets* merupakan tahapan akhir yang berupa penggabungan seluruh elemen maupun desain yang telah dirancang menjadi perancangan *Visual Identity Guideline*. Proses perancangan GSM direncanakan akan berlangsung dari bulan Mei hingga awal Juni tahun 2024. Secara umum, *Visual Identity Guideline* berbentuk buku yang akan menjadi panduan bagi pemilik brand Fayaz Craft dalam penggunaan setiap elemen desain yang telah dibuat. Buku ini menyajikan aturan-aturan yang jelas, ide dan konsep yang mendasari identitas visual brand, serta panduan penggunaan warna dan informasi lainnya yang berkaitan dengan identitas visual Fayaz Craft. Melalui *Visual Identity Guideline*, tim perancang dan pihak terkait dapat memastikan bahwa setiap komunikasi yang dihasilkan oleh brand Fayaz Craft akan sejalan dengan nilai-nilai dan visi perusahaan. Selain itu, buku pedoman ini juga akan membantu memperkuat citra brand Fayaz Craft di mata konsumen dan menjaga keberlangsungan kesan yang diinginkan oleh perusahaan.

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

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 seorang Desainer Grafis.

Tabel 3. 2 Timeline Program MBKM Proyek Desa

No	Nama Kegiatan		Februari 2024				Maret 2024				April 2024				Mei 2024				Juni 2024			
			1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
1	Conducting Research	Clarify vision, goals and values																				
		Research Stakeholders' Needs and Perceptions																				
		Interview Key Management																				
		Evaluate Existing Brands and Brand Architecture																				
		Present Audit Readout																				
2	Clarifying Strategy	Synthesize Learnings																				
		Clarify Brand Strategy																				
		Develop a Positioning Platform																				

		Co-create Brand Attributes																		
		Achieve Agreement																		
		Write a Creative Brief																		
3	Designing Identity	Brainstorming Big Idea																		
		Designing Brand Identity																		
		Explore Applications																		
		Finalize Brand Architecture																		
		Present Visual Strategy																		
		Achieve Agreement																		
4	Creating Touchpoints	Finalize Identity Design																		
		Develop Look and Feel																		
		Prioritize and Design Applications																		
		Design Program																		
		Apply Brand Architecture																		
5	Managing Assets	Build Synergy Around New Brand																		
		Develop Standards and Guidelines																		

	Rabu, 21 Februari 2024	Melakukan bimbingan pertama kepada dosen pembimbing internal (advisor)	memperoleh informasi mengenai latar belakang UMKM dan masalah yang dihadapi. Bimbingan pertama yang dilakukan bertujuan untuk membahas mengenai hal apa saja yang perlu dicantumkan ke dalam laporan.
	Kamis, 22 Februari 2024	1. Wawancara kepada Bapak Yudi Irhamsyah sebagai Kasi Pemerintahan Kelurahan Medang 2. Melakukan wawancara kepada Bapak Ubaidillah Arisya Hopes selaku pemilik UMKM Chick and Pepper	1. Kunjungan kedua ke kantor kelurahan bertujuan untuk memperoleh data kependudukan / monografi dari masyarakat setempat. 2. Wawancara yang dilakukan kepada Bapak Ubaidillah, untuk memperoleh informasi mengenai latar belakang UMKM dan masalah yang dihadapi.
3.	IV Rabu, 28 Februari 2024	Melakukan bimbingan kedua kali kepada dosen pembimbing internal.	Bimbingan kedua membahas mengenai revisi dari laporan BAB 1 serta hal yang harus dicantumkan dalam BAB selanjutnya (BAB 2)
4.	V Senin, 4 Maret 2024	Wawancara ke kantor Kelurahan Medang	Menemui ibu sekretaris kelurahan dan Bapak Kasi Pemerintahan untuk wawancara mengenai data kependudukan Kelurahan Medang.

	Jumat, 8 Maret 2024	Bimbingan ketiga kali kepada dosen pembimbing internal.	Bimbingan ketiga membahas mengenai revisi dari laporan BAB 2 serta hal yang harus dicantumkan dalam Bab selanjutnya (BAB 3)
5.	VI Rabu, 13 Maret 2024	Bimbingan keempat kali kepada dosen pembimbing internal.	Membahas pengajuan anggaran untuk proses perancangan desain serta laporan BAB 3 yang sudah dikerjakan.
6.	VII Senin, 18 Maret 2024	Evaluasi 1	Melakukan evaluasi pertama kepada dosen pembimbing internal.

UMMN

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA