BAB III

PENYUSUNAN PELAKSANAAN KEGIATAN MBKM

3.1 Waktu dan Tempat Pelaksanaan

Pelaksanaan Program Cluster MBKM Proyek Desa berlokasi di daerah Desa Medang, Kecamatan Pagedangan, Kabupaten Tangerang. Program ini dilaksanakan dalam kurun waktu enam bulan, dimulai pada tanggal 29 Januari 2024 dan berakhir pada tanggal 12 Juli 2024, dan dikelola oleh tim yang terdiri dari 4 anggota. Setiap anggota memiliki peran masing-masing yang bertujuan untuk mendukung kemajuan UMKM dalam bidang desain. Peran-peran tersebut antara lain meliputi perancangan identitas visual, kemasan, media promosi, serta media informasi.

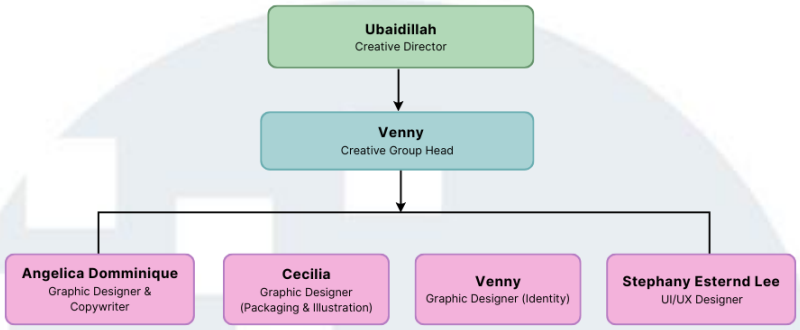
Tabel 3.1 Waktu dan Tempat Pelaksanaan Cluster MBKM Proyek Desa

Nama Desa	:	Medang
Lokasi Desa	:	Kecamatan Pagedangan, Kabupaten Tangerang
Area/Wilayah Desa		Jl. Raya Kelurahan Medang, Medang, Kec. Pagedangan, Kab. Tangerang, Banten, 15334.
Provinsi	:	Banten
Tanggal Pelaksanaan Proyek Desa	:	29 Januari 2024 s/d 12 Juli 2024
Durasi Program (Bulan)	:	6 Bulan

3.2 Peta Peran Pelaksana Program Proyek Desa

Peta peran dalam pelaksanaan program Cluster MBKM Proyek Desa berfungsi sebagai panduan dalam mengatur tugas dan tanggung jawab yang dimiliki oleh masing-masing anggota tim. Melalui peta peran ini, para anggota tim diharapkan dapat memahami kedudukan atau hierarki yang dimiliki dalam menjalankan tugasnya sehingga pelaksanaan program dapat berjalan dengan lebih jelas dan terstruktur.

Dengan demikian, berikut ini merupakan struktur kedudukan masing-masing anggota tim pada program MBKM Cluster Proyek Desa di wilayah Medang:



Gambar 3.1 Bagan Kedudukan Pelaksanaan Program Proyek Desa

Berdasarkan bagan kedudukan yang telah disusun, berikut adalah penjabaran mengenai tugas dan peranan masing-masing anggota tim dalam melaksanakan Program Cluster MBKM Proyek Desa:

1. Venny, Identitas Visual (*branding*):
   a. Tugas

      Merancang identitas UMKM dalam bentuk logo dan menentukan palet warna yang sesuai dengan nilai-nilai dan citra UMKM.

   b. Peta Peran

      Bekerjasama dengan para anggota dan memastikan konsistensi antara identitas visual UMKM yang telah dirancang dan implementasi pada media lainnya.
2. Cecilia, Identitas Visual (*packaging*):
   a. Tugas

      Merancang desain kemasan produk UMKM, baik kemasan primer maupun sekunder, yang menarik, fungsional, serta sejalan dengan identitas visual. Bertanggung jawab dalam pembuatan *asset* digital, berupa ilustrasi.

   b. Peta Peran

      Bekerjasama dengan sesama anggota dan memperhatikan keselarasan antara desain kemasan produk dengan identitas visual, serta memastikan desain dapat dimanfaatkan dengan baik untuk strategi media sosial.
3. Angelica Domminique, Media Promosi (*social media design*):

a. Tugas

Merancang desain media promosi berbasis digital (media sosial) bagi UMKM yang memiliki konsistensi dan kesatuan dengan identitas visual serta perancangan media lainnya. Selain itu, membuat *copywriting* yang bersifat *persuasive*.

b. Peta Peran

Bekerjasama dengan para anggota dan memastikan bahwa desain konten media promosi sesuai dengan identitas visual, serta dapat dipadukan dengan *website* sebagai media informasi.

4. Stephany Esternd Lee, media informasi (*website*):

a. Tugas

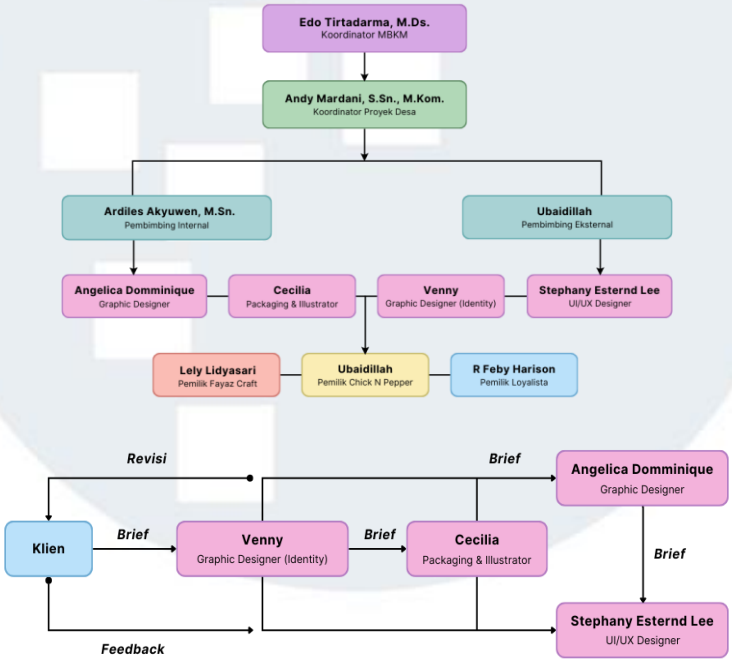
Merancang media informasi berupa *website* dan *copywriting* mengenai UMKM terkait, serta membuat asset fotografi untuk keperluan *imagery* guna memaksimalkan perancangan desain.

b. Peta Peran

Bekerjasama dengan anggota tim lainnya, dan memastikan bahwa perancangan *website* selaras dengan identitas visual, serta menyediakan informasi yang relevan dengan konten media promosi UMKM. Kemudian, melakukan koordinasi dengan anggota tim lainnya selama proses pemotretan dan perancangan *imagery*.

Setelah membentuk bagan kedudukan yang menjabarkan mengenai peranan masing-masing anggota, penulis dan anggota tim juga menyusun rangkaian koordinasi keseluruhan tim MBKM Proyek Desa. Adapun alur koordinasi dimulai dari ketua program Cluster MBKM Proyek Desa, yaitu Koordinator MBKM yang saling bekerja sama dengan Koordinator Proyek Desa dalam mengawasi dan mengatur kelancaran pelaksanaan program tersebut. Selain itu, dalam aspek penulisan laporan MBKM, penulis dan anggota tim lainnya akan berkoordinasi dengan Dosen Pembimbing Internal (*advisor*) untuk mendapatkan arahan dan penilaian mengenai kesesuaian isi dan hasil dari penulisan tersebut secara menyeluruh. Sedangkan pada aspek desain, penulis dan anggota tim akan

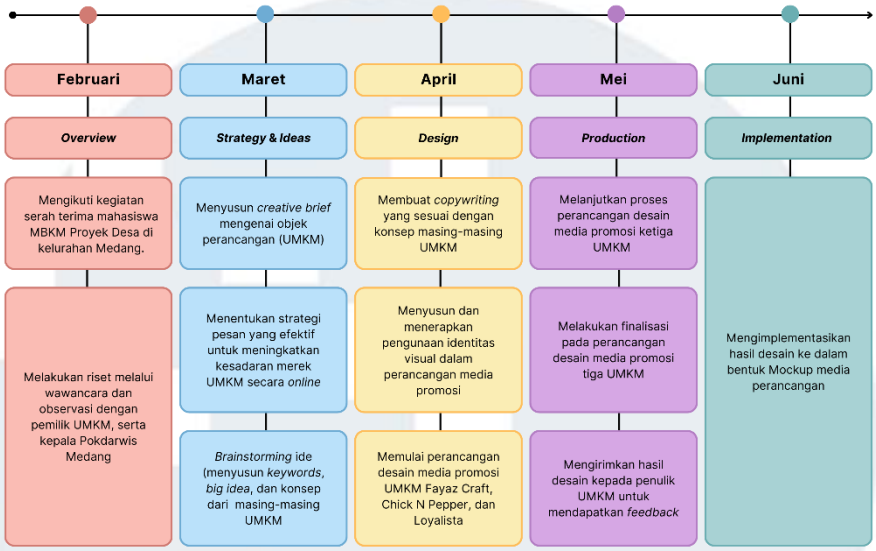
berkoordinasi dengan Dosen Pembimbing Eksternal (*supervisor*). Koordinasi ini diperlukan untuk mendapatkan penilaian atau evaluasi terhadap hasil desain yang telah dirancang oleh seluruh anggota kelompok. Berdasarkan penjabaran tersebut, berikut merupakan bagan yang menunjukan alur koordinasi tim pelaksanaan Program Cluster MBKM Proyek Desa:



Gambar 3.2 Alur Koordinasi Tim Proyek Desa

3.3 Tahapan Pelaksanaan Program

Dalam melaksanakan program Cluster MBKM Proyek Desa selama 1 semester, penulis merancang sebuah *roadmap*, yakni penjabaran secara rinci mengenai rangkaian kegiatan perancangan yang akan dilakukan selama merancang desain media promosi bagi UMKM di Kelurahan Medang. Adanya *roadmap* dapat menjadi panduan bagi penulis agar kegiatan program MBKM yang dilaksanakan dapat dilakukan dengan lebih terstruktur dan selesai sesuai dengan jangka waktu yang telah ditetapkan. Kegiatan perancangan ini dimulai dari tahapan persiapan awal program hingga penyelesaian proyek yang menjadi objek perancangan dalam program MBKM Cluster Proyek Desa pada periode bulan Februari hingga bulan Juni. Berikut ini merupakan *roadmap* dalam bentuk bagan yang menjelaskan tahapan pelaksanaan kegiatan tersebut:



Gambar 3.3 *Roadmap* Tahapan Pengerjaan MBKM Proyek Desa

1. *Overview*, Februari: Melakukan pengumpulan data dan informasi yang dibutuhkan dalam perancangan. Proses pengumpulan data dilakukan melalui wawancara dengan kepala Pokdarwis Medang dan para pemilik UMKM, yaitu Chick N Pepper, Fayaz Craft, dan Loyalista. Selain itu, melakukan observasi dengan mengunjungi Kelurahan Medang serta tempat pemilik UMKM beroperasi.
2. *Strategy*, Maret: Hasil data dan informasi yang telah didapatkan kemudian dituangkan dalam bentuk *creative brief*, yaitu penggelompokan data yang memiliki kepentingan dan dibutuhkan sebagai pendoman dalam merancang media promosi bagi UMKM yang menjadi objek perancangan, serta menentukan strategi pesan yang akan digunakan.
3. *Ideas*, Maret: Melakukan *brainstorming* ide bersama para anggota tim untuk menentukan *keywords*, *big idea*, serta konsep desain yang sesuai dengan masing-masing UMKM sebagai acuan dalam memvisualisasikan desain.
4. *Design*, April: Menentukan *copywriting* (gaya bahasa) dan mengumpulkan referensi desain yang relevan dengan konsep visual masing-masing UMKM sebagai referensi dalam perancangan dalam bentuk *moodboard*. Selain itu, penulis juga memulai perancangan desain media promosi dengan menyusun identitas visual (dirancang oleh anggota tim lainnya) yang akan digunakan.

5. *Production*, Mei: Melanjutkan proses perancangan desain media promosi bagi tiga UMKM, yakni Chick N Pepper, Fayaz Craft, dan Loyalista. Proses perancangan masing-masing UMKM dilakukan dengan jangka waktu 1-2 minggu. Dilanjutkan dengan finalisasi desain yang kemudian dikirimkan kepada para pemilik UMKM untuk mendapatkan *feedback*, serta melakukan perbaikan apabila hasil desain memiliki kekurangan atau tidak sesuai dengan preferensi pemilik UMKM tersebut.
6. *Implementation*, Juni: Pada tahapan ini, penulis mengimplementasikan hasil desain yang telah disetujui oleh pemilik UMKM terkait kedalam bentuk *mockup* media sosial yang dipilih pada perancangan media promosi.

3.4 Timeline dan Uraian Tugas dalam Kegiatan MBKM

3.4.1 *Timeline* Program MBKM Proyek Desa

Dalam program MBKM Proyek Desa di Desa Medang, penulis menyusun sebuah *timeline* yang berisi tentang rincian waktu dan kegiatan yang penulis lakukan selama program MBKM berlangsung sebagai perancang media promosi berbasis digital. Adapun *timeline* yang telah disusun adalah sebagai berikut:

Tabel 3.2 Tabel *Timeline* MBKM Proyek Desa

Waktu		Februari				Maret				April				Mei				Juni	
Kegiatan		1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2
Overview	Riset dengan wawancara dan observasi																		
Strategy	Menyusun *creative brief*																		
Ideas	*Brainstorming* ide dengan *Mind mapping* (menentukan *keywords*, *big idea*, *konsep*)																		

Design	Membuat *Moodboard*																		
	Penyusunan *asset* visual																		
Production & Implementation	Perancangan dan finalisasi desain media promosi																		
	Implementasi desain ke dalam *mockup*																		

3.4.2 Uraian Tahapan Kegiatan MBKM

Dalam melaksanakan program Cluster MBKM Proyek Desa, penulis menyusun uraian kegiatan yang dilakukan sebagai perancang media promosi bagi UMKM di Kelurahan Medang ke dalam bentuk tabel. Tahapan kegiatan ini dimulai pada tanggal 29 Januari dan berakhir pada bulan bulan Juni. Berikut adalah tabel dari tahapan kegiatan Proyek Desa yang penulis laksanakan selama 1 semester:

Tabel 3.3 Tabel Tahapan Kegiatan Proyek Desa

No.	Minggu	Proyek/Kegiatan	Keterangan
1.	1 (29 Januari–2 Februari 2024)	Pengenalan terhadap kegiatan MBKM dan Desa Medang, serta UMKM terkait	- *Briefing* awal MBKM Proyek Desa Medang - Mengumpulkan data dan informasi mengenai Desa Medang dan UMKM pada objek perancangan
2.	2 (5–9 Februari 2024)	Serah terima MBKM Cluster Proyek Desa	- Menghadiri kegiatan serah terima mahasiswa di Kantor Kelurahan Medang
3.	3 (12-16 Februari 2024)	- Wawancara dengan pemilik UMKM Chick N Pepper	- Mengumpulkan data Chick N Pepper berupa, latar belakang, masalah, dan informasi lainnya yang dibutuhkan

		- Memulai penulisan laporan MBKM bab 1 - Melakukan bimbingan ke-2 dengan dosen pembimbing internal	- Melakukan asistensi dengan dosen pembimbing internal terkait penulisan bab 1 laporan MBKM
4.	4 (19-23 Februari 2024)	- Wawancara dengan pemilik UMKM Loyalista - Melakukan bimbingan ke-3 dengan dosen pembimbing internal	- Mengumpulkan data Loyalista, berupa latar belakang, masalah, dan informasi lainnya yang dibutuhkan - Melakukan asistensi seluruh laporan bab 1 dengan dosen pembimbing internal
5.	5 (26-1 Maret 2024)	- Mengerjakan bab 3 & 2 laporan MBKM	- Melakukan diskusi dengan anggota kelompok mengenai pengerjaan pada laporan bab 2 dan 3
6.	6 (4-8 Maret 2024)	- Wawancara dengan pemilik UMKM Fayaz Craft	- Mengumpulkan data Fayaz Craft, berupa latar belakang, masalah, dan informasi lainnya yang dibutuhkan
7.	7 (12-15 Maret 2024)	- Melanjutkan pengerjaan laporan MBKM bab 1-3 - Melakukan *brainstorming* ide (*mind mapping*)	- Memperbaiki laporan sesuai dengan *feedback* dari dosen pembimbing internal - Melakukan diskusi dengan anggota kelompok mengenai hasil riset yang telah didapatkan dari setiap UMKM - Membuat *mind map* bersama anggota kelompok
8.	8 (18-22 Maret 2024)	- Menetapkan *keywords*, *big idea*, serta perancangan konsep visual ketiga UMKM - Mengumpulkan laporan untuk Evaluasi 2	- Membuat alternatif *big idea* dengan anggota kelompok, serta memilih *big idea* utama yang dijadikan sebagai acuan perancangan konsep visual - Memperbaiki penulisan laporan MBKM bab 1-3 sebelum dikumpulkan pada Evaluasi 2

9.	9 (25-28 Maret 2024)	- Menyusun *moodboard* bagi tiga UMKM yang menjadi objek	- Mencari berbagai referensi desain sebagai referensi pada perancangan media promosi Chick N Pepper, Fayaz Craft, dan Loyalista
10.	10 (1-5 April 2024)	- Memulai perancangan media promosi bagi UMKM Chick N Pepper	- Membuat *layout* dan perencanan *copywriting* UMKM Chick N Pepper
11.	11 (8-12 April 2024)	- Melanjutkan proses perancangan media promosi UMKM Chick N Pepper - Memulai perancangan media promosi UMKM Fayaz Craft	- Merancang *content plan* dan *copywriting* untuk UMKM Chick N Pepper - Mencari referensi desain media sosial untuk merancang desain Fayaz Craft
12.	12 (15-19 April 2024)	- Melakukan bimbingan ke-5 dengan dosen pembimbing internal - Mengerjakan desain media promosi UMKM Chick N Pepper	- Melakukan asistensi layout/sketsa desain media promosi Chick N Pepper - Memulai desain digital UMKM Chick N Pepper dan menerapkan identitas visual
13.	13 (22-26 April 2024)	- Melanjutkan pengerjaan desain media promosi UMKM Chick N Pepper	- Menerapkan *supergraphic* dan merancang elemen visual lainnya yang dibutuhkan pada perancangan
14.	14 (29 April-3 Mei 2024)	- Melakukan finalisasi desain media promosi UMKM Chick N Pepper - Memulai proses digitalisasi desain UMKM Fyaz Craft	- Menghubungi pemilik Chick N Pepper untuk melakukan asistensi terhadap desain media promosi yang telah dirancang - Merancang *layout* dan menerapkan elemen identitas visual pada desain media promosi Fayaz Craft

15.	15 (6-10 Mei 2024)	- Melanjutkan pengerjaan desain media promosi Fayaz Craft	- Melakukan finalisasi desain media promosi fayaz Craft - Mengirimkan hasil desain kepada pemilik Fayaz Craft untuk mendapatkan *feedback*
16.	16 (13-17 Mei 2024)	- Memulai pengerjaan desain media promosi bagi UMKM Loyalista	- Membuat pemetaan konten media promosi Loyalista - Merancang *layout* dan menerapkan identitas visual Loyalista pada desain media sosial - Melakukan finalisasi desain media promosi UMKM Loyalista
17.	17 (20-24 Mei 2024)	- Menghubungi pemilik UMKM Loyalista - Memperbaiki hasil desain media sosial UMKM Loyalista	- Mengirimkan hasil perancangan desain media promosi untuk mendapatkan *feedback* - Melakukan revisi terhadap desain media sosial UMKM Loyalista setelah mendapatkan *feedback* tersebut
18	18 (27-31 Mei 2024)	- Finalisasi desain Loyalista sesuai dengan *feedback* yang diberikan	- Menunjukkan kembali hasil desain yang telah dirancang untuk mendapatkan persetujuan
18.	18 (5-10 Juni 2024)	- Melakukan implementasi desain ketiga UMKM (Chick N Pepper, Fayaz Craft, dan Loyalista)	- Mengembagkan hasil finalisasi desain dari ketiga UMKM ke dalam bentuk *mockup* media perancangan promosi, yaitu *Instagram feeds* dan *Instagram story*