

BAB III

PENYUSUNAN PELAKSANAAN KEGIATAN MBKM

3.1 Waktu dan Tempat Pelaksanaan

Desa Legok adalah salah satu desa yang dipilih oleh tim pelaksana MBKM Proyek Desa sebagai desa binaan, serta menjadi tujuan Kelompok 1 yang terdiri dari empat mahasiswa, yaitu Karisma, Dara, Clement, dan Erica. Kelompok ini akan fokus pada dua proyek UMKM, yaitu Cakein dan Jamune Saras. Untuk melaksanakan proyek tersebut, Kelompok 1 dibagi menjadi dua kelompok kecil, yaitu Clement dan Erica akan mengerjakan proyek UMKM Jamune Saras, sementara Karisma dan Dara akan fokus pada proyek UMKM Cakein.

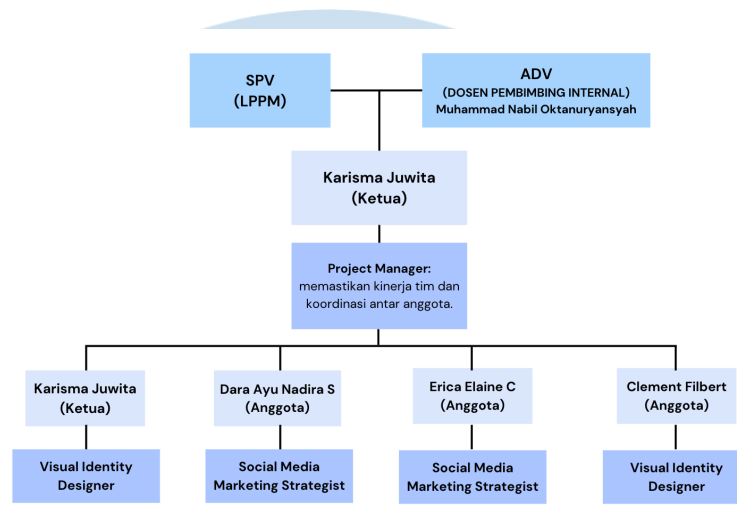
Tabel 3. 1 Tabel Waktu dan Tempat Pelaksanaan Cluster MBKM Proyek Desa

Nama Desa	:	Legok
Lokasi Desa	:	Tangerang
Area/Wilayah Desa		Legok
Provinsi	:	Banten
Tanggal Pelaksanaan Proyek Desa	:	29 Januari 2024 s/d 21 Juni 2024
Durasi Program (Bulan)	:	6 Bulan

Seluruh anggota mahasiswa memiliki peran masing-masing dalam mengerjakan perancangan identitas visual, *brand collateral*, dan media promosi. Pembagian peran disesuaikan dengan 3 pilar DKV yakni identitas, informasi, dan persuasi.

3.2 Peta Peran Pelaksana Program Proyek Desa

Dalam melaksanakan program MBKM Cluster Proyek Desa ini, kelompok pelaksana membagi *job desk* dan peran masing-masing anggota melalui skema hierarki kedudukan sebagai berikut.



Gambar 3. 1 Bagan Kedudukan Pelaksana Tim MBKM Proyek Desa

Perang masing-masing anggota pelaksana MBKM proyek desa:

1. Karisma Juwita,
 - a) Ketua: Bertanggung jawab dalam memperhatikan dan mengawasi kinerja tim
 - b) *Visual Identity Designer*: Mengerjakan brand identity untuk brand UMKM Cakein di desa Legok mulai dari logo, *color palette*, *packaging*, *mascot*, hingga *brand activation* untuk Cakein.
 - c) *Graphic Designer*: Merancang pembuatan aset visual untuk media sosial Instagram Karang Taruna Desa Palasari dengan topik "Kenakalan Remaja" yang meliputi desain harian berupa *feeds* dan *story* Instagram.
2. Dara Ayu Nadira S,
 - a) *Social Media Marketing Strategist*: Merancang konsep desain, membuat media kolateral, dan *content planning* yang akan dibuat untuk membangun citra UMKM Cakein. Membuat foto dan video yang akan digunakan di media sosial sebagai aset promosi UMKM Cakein.

b) *Concept & Copywriter*: Merancang konten edukatif dan membuat *copywriting* pada media sosial untuk Karang Taruna Desa Palasari dengan topik “Kenakalan Remaja”.

3. Erica Elaine C,

a) *Social Media Marketing Strategist*: Merancang konsep desain, membuat media kolateral, dan *content planning* yang akan dibuat untuk membangun citra UMKM Jamune Saras. Membuat foto dan video yang akan digunakan di media sosial sebagai asset promosi UMKM Jamune Saras.

b) *Graphic Designer*: Merancang pembuatan aset visual untuk media sosial Instagram Karang Taruna Desa Palasari dengan topik “Obat-obatan Terlarang” yang meliputi desain harian berupa feeds dan story Instagram.

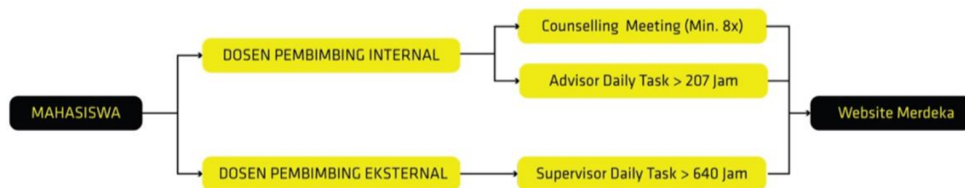
4. Clement Filbert,

a) *Visual Identity Designer*: Mengerjakan brand identity untuk brand UMKM Jamune Saras di desa Legok mulai dari logo, *color palette*, *supergraphics*, *packaging*, hingga *brand activation* untuk Jamune Saras.

b) *Concept & Copywriter*: Merancang konten edukatif dan membuat *copywriting* pada media sosial untuk Karang Taruna Desa Palasari dengan topik “Obat-obatan Terlarang”.

Proses kerja dan koordinasi dengan dosen pembimbing Internal melibatkan bimbingan tatap muka di kampus dua minggu sekali dan pembentukan grup Line untuk melaporkan proses kerja dan masalah yang dihadapi dalam perancangan MBKM proyek desa. Pengumpulan progress kerja juga dilakukan melalui link Onedrive yang di *submit* oleh masing-masing penulis.

Sementara itu, koordinasi dengan dosen pembimbing eksternal melalui WhatsApp dan melibatkan kunjungan langsung ke Desa Legok untuk mengumpulkan informasi tentang desa dan UMKM yang relevan. Selain itu, Dosen pembimbing eksternal juga memiliki tanggung jawab pada proses desain yang dibuat berdasarkan data dari lapangan.

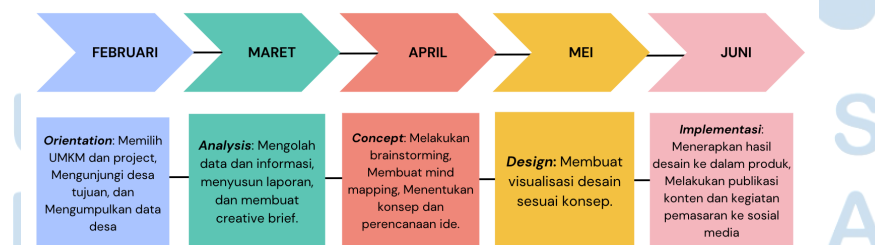


Gambar 3. 2 Alur Koordinasi tim Proyek Desa
 Sumber: Buku Panduan Pelaksanaan Cluster MBKM Program Studi Desain Komunikasi Visual (2024)

Penulis memiliki kewajiban dalam mengisi *daily task* di website merdeka.com sebagai bukti laporan yang telah dikerjakan setiap harinya. *Daily task* yang dikumpulkan untuk *Advisor* atau pembimbing internal dilakukan hingga 207 jam. Sedangkan, *daily task* yang harus dilaporkan untuk *Supervisor* atau pembimbing eksternal yaitu sebanyak 640 jam

3.3 Tahapan Pelaksanaan Program

Dalam menjalankan program MBKM Proyek Desa, penulis memanfaatkan pendekatan perancangan desain berdasarkan metode Robert Landa sebagai landasan kerangka kerja program yang disusun selama periode Januari hingga Juni. Berikut adalah rencana tahapan kerja yang telah direncanakan



Gambar 3. 3 Roadmap Program Proyek Desa

1. *Orientation*, Februari: Memilih UMKM dan proyek yang akan dilakukan, Mengunjungi Desa Legok dan mengumpulkan data melalui wawancara serta data tertulis yang didapat saat mengunjungi Desa Legok.
2. *Analysis*, Maret: Menganalisis dan mengolah informasi yang dimasukkan pada laporan MBKM serta membuat *creative brief* untuk masing-masing peran penulis.
3. *Concept*, April: Melakukan *brainstorming* dengan teman sekelompok dan juga dosen pembimbing. Membuat *mindmapping*, menentukan ide, konsep, dan tema yang akan dirancang dalam pembuatan *visual brand identity* maupun media promosi
4. *Design*, Mei: Merealisasikan ide dan konsep desain yang sudah dirancang ke dalam bentuk visual. Visual pada media promosi dibuat dalam bentuk kreatif, inovatif, dan interaktif melalui foto maupun video.
5. *Implementation*, Juni: Menerapkan hasil desain ke dalam produk. Melakukan publikasi konten dalam bentuk postingan di sosial media sebagai kegiatan pemasaran produk.

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

Daftar berikut adalah detail dari pekerjaan yang telah saya lakukan selama mengikuti MBKM Proyek Desa di Desa Legok, bertindak sebagai *Social Media Marketing Strategist*.

Tabel 3. 2 Tabel *Timeline* MBKM Proyek Desa

Kegiatan	Waktu	Januari				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	1	2	3	4
Orientation	Identifikasi masalah																								
	Penentuan target audience																								

No.	Minggu	Proyek/Kegiatan	Keterangan
1.	1 (29 Januari – 5 Februari 2024)	Pembuatan group dan melakukan diskusi pembagian jadwal dan jobdesk serta kunjungan ke desa dengan anggota kelompok	<ul style="list-style-type: none"> - Menghubungi dosen pembimbing dan membentuk grup Line untuk berdiskusi serta menjadwalkan bimbingan rutin. - Menyesuaikan jadwal dengan anggota kelompok untuk menyusun timeline dan hal lainnya.
2.	2 (6 Februari 2024)	Menjungi Palasari untuk melakukan acara serah terima	<ul style="list-style-type: none"> - Mengunjungi Desa Palasari untuk serah terima dan memulai program MBKM. - Menyimpan nomor kontak Tia untuk komunikasi dengan Desa Palasari.
3.	3 (9-12 Februari 2024)	Melakukan koordinasi dengan tim untuk perencanaan kerja	<ul style="list-style-type: none"> - Merencanakan kerja dan timeline untuk pengumpulan data di desa tujuan.

			<ul style="list-style-type: none"> - Menyusun daftar pertanyaan dan informasi yang diperlukan saat mengunjungi Desa Legok.
4.	4 (13 Februari 2024)	Mengunjungi Desa Legok	<ul style="list-style-type: none"> - Melakukan wawancara dengan Nadi, Kepala Seksi Pemerintah dan Kependudukan Desa Legok. - Mengunjungi rumah Maria, pemilik Cakein, untuk wawancara. - Mengunjungi Posyandu di Desa Legok untuk bertemu dengan Eny, pemilik Jamune Saras, untuk wawancara
5.	5 (14-20 Februari 2024)	Mengerjakan laporan MBKM	<ul style="list-style-type: none"> - Menyusun data hasil wawancara untuk laporan MBKM. - Membuat transkrip wawancara.

			<ul style="list-style-type: none"> - Menyusun BAB 1 laporan MBKM.
6.	6 (21 Februari 2024)	Mengunjungi Desa Palasari dan mengontak Eny pemilik Jamune Saras	<ul style="list-style-type: none"> - Wawancara dengan Tia tentang kondisi dan profil Desa Palasari. - Diskusi dengan Eny tentang draft logo dan kemasan Jamune Saras.
7.	7 (22 Februari 1 Maret 2024)	Melakukan brainstorming dan mengolah data wawancara dengan tim untuk mengembangkan ide dan konsep.	<ul style="list-style-type: none"> - Menyusun transkrip wawancara dengan narasumber. - Melanjutkan pembuatan laporan proyek desa MBKM. - Membuat mind map, konsep, moodboard, dan lainnya
8.	8 (6 Maret 2024)	Mengunjungi Desa Palasari	<ul style="list-style-type: none"> - Wawancara dengan Cecep sebagai Badan Permusyawaratan Desa dan Sekretariat Karang Taruna.

9.	9 (7-15 Maret 2024)	Menyusun ide dan konsep untuk membuat konten edukatif bagi Karang Taruna Desa Palasari.	<ul style="list-style-type: none"> - Menyusun laporan proyek desa MBKM. - Membagi dua topik konten Karang Taruna menjadi Kenakalan Remaja dan Obat-obatan Terlarang serta mencari referensi.
----	------------------------------	---	--

UMMN

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA