

BAB III

PENYUSUNAN PELAKSANAAN KEGIATAN MBKM

3.1 Waktu dan Tempat Pelaksanaan

Kegiatan MBKM Proyek Desa dilakukan di Desa Curug Sangerang yang terletak di kecamatan Kelapa Dua, kabupaten Tangerang. Kegiatan akan dilakukan selama 5 bulan terhitung dari tanggal 3 Februari 2025 hingga 12 Juni 2025 ketika dilakukan sidang evaluasi MBKM proyek desa. Kegiatan ini dilakukan dengan menerima dan mengelola informasi yang didapatkan secara mandiri melalui arsip data dari *website* Desa Curug Sangerang dan mengimplementasikan hasil desain dari tim penulis. Dengan adanya informasi tersebut, penulis telah menuliskan tempat dan waktu pelaksanaan MBKM proyek desa dengan jadwal pelaksanaan sebagai berikut.

Tabel 3.1 Waktu dan Tempat Pelaksanaan MBKM Proyek Desa

Nama Desa	:	Desa Curug Sangerang
Lokasi Desa	:	Kelapa Dua
Area/Wilayah Desa	:	Tangerang
Provinsi	:	Banten
Tanggal Pelaksanaan Proyek Desa	:	3 Februari 2025 s/d 12 Juni 2025
Durasi Program (Bulan)	:	5 Bulan

3.2 Peta Peran Pelaksana Program Proyek Desa

Selama kegiatan MBKM proyek desa dilaksanakan, penulis dan kelompok memiliki tanggung jawab masing-masing. Pembagian pekerjaan dilakukan untuk memastikan setiap anggota mendapatkan pengalaman berhubungan dengan klien dan pekerjaan kelompok dapat dilakukan secara efektif. Berikut penjelasan dari tanggung jawab masing-masing anggota kelompok:

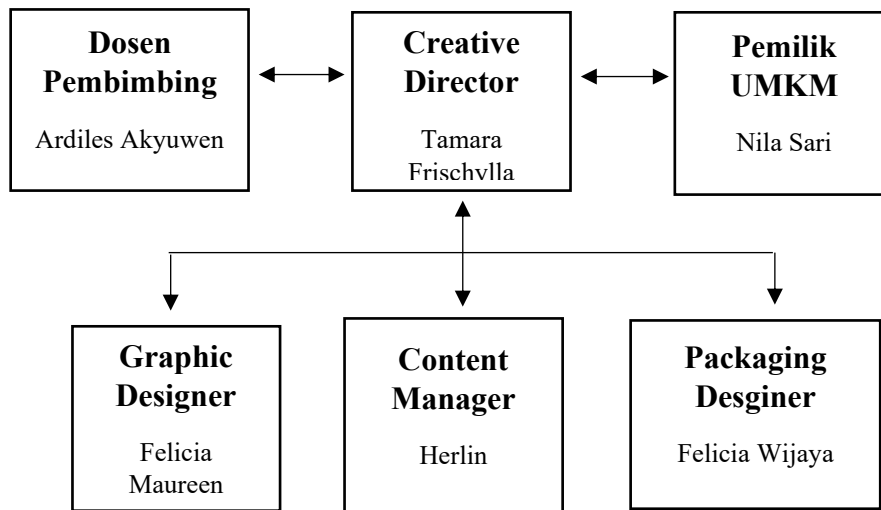
1. Tamara Frischylla sebagai *Creative Director*: Anggota ini bertugas dalam memimpin dan mengarahkan kelompok selama kegiatan MBKM proyek desa berlangsung. Sebagai seorang *creative director*,

anggota juga akan bertanggung jawab dalam pengambilan keputusan akhir dari kegiatan MBKM proyek desa. Selain itu, anggota juga berperan dalam berkomunikasi dengan klien dari kelompok.

2. Felicia Maureen sebagai *Graphic Designer*. Anggota bertugas dalam merancang visual dari desain agar tercipta karya yang efektif dan fungsional. Perancangan desain yang masuk ke dalam lahan pekerjaan anggota ini adalah identitas visual, media pemasaran, desain UI/UX, dan pengeditan foto/video.
3. Herlin (Penulis) sebagai *Content Manager*. Anggota akan bertanggung jawab dalam mengelola strategi dan akun media sosial dari klien kelompok. Untuk mengelola strategi media sosial, anggota ini akan bertugas dalam menciptakan jadwal konten yang mencakup tanggal unggah dan hal-hal yang ingin diutarakan di dalam konten tersebut, mengidentifikasi tren yang sedang banyak dilihat, dan menganalisa kinerja dari konten yang telah diunggah.
4. Felicia Wijaya sebagai *Packaging Designer*. Anggota ini bertanggung jawab dalam menciptakan kemasan dengan visual yang estetik dan efisien dalam penggunaannya. Untuk menciptakan kemasan tersebut, anggota akan diminta untuk menciptakan konsep visual yang sesuai dengan identitas klien dan mengimplementasikan konsep tersebut kepada kemasan klien.

Kegiatan MBKM proyek desa dilakukan kelompok sembari bekerja sama dengan pemilik UMKM yaitu Nila Sari. Selama kegiatan berlangsung, penulis berusaha untuk menciptakan alur kerja yang terstruktur dan efisien. Berikut penulis lampirkan began alur kerja tersebut.

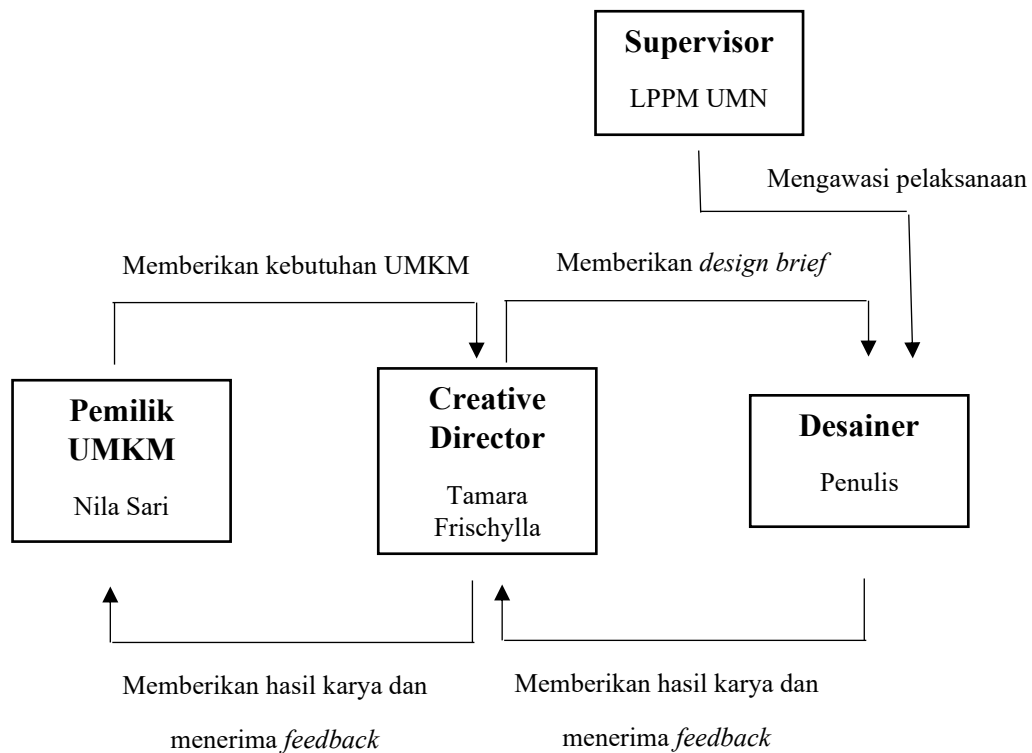
U N I V E R S I T A S
M U L T I M E D I A
N U S A N T A R A



Gambar 3.1 Bagan Pelaksana Tim Proyek Desa

Bagan yang dilampirkan di atas memaparkan pihak-pihak yang terhubung di dalam kegiatan MBKM Proyek Desa dari UMKM Pisang Goreng Coklat Lumer. Kelompok terus bekerja sama dengan dosen pembimbing dan pemilik usaha untuk menciptakan media promosi yang cocok dengan UMKM Pisang Goreng Coklat Lumer. Kemudian, terdapat pula kinerja dari kelompok selama kegiatan MBKM proyek desa dilaksanakan. Kelompok mendapatkan *design brief* dari *creative director*, kemudian setiap anggota mengerjakan tugas dari *brief* tersebut. Setelah media telah diciptakan, anggota akan meminta *feedback* dari *creative director*. Setelah menerima saran dan pendapat dari *creative director*, desain akan direvisi dan kemudian kembali diberikan kepada *creative director* untuk diberikan kepada pemilik UMKM dan dosen pembimbing untuk kembali mendapatkan *feedback* yang akan dilanjutkan dengan revisi sesuai saran atau pendapat yang diberikan atau sudah mendapatkan persetujuan untuk melanjutkan kepada media lain dari pihak-pihak tersebut. Hal ini diperjelas melalui bagan sebagai berikut:

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

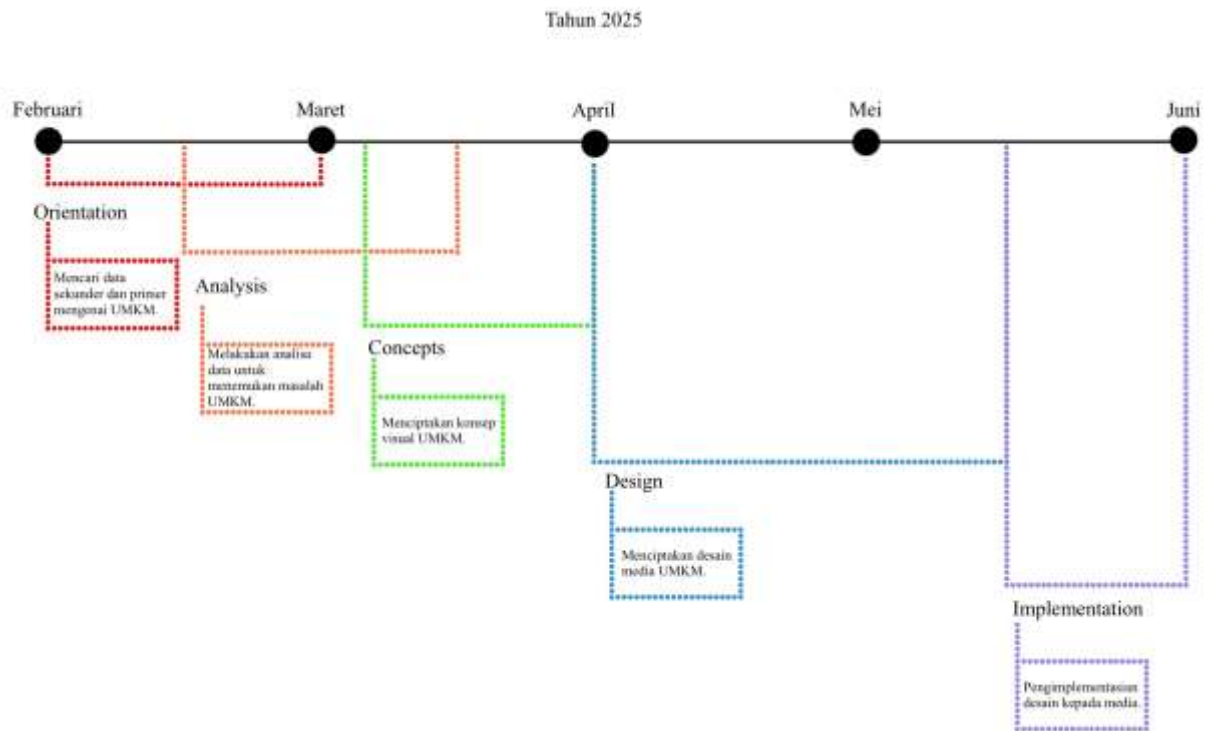


Gambar 3.2 Alur Koordinasi Tim Proyek Desa

3.3 Tahapan Pelaksanaan Program

Untuk memastikan berjalannya kegiatan MBKM proyek desa secara efisien, penulis juga telah menciptakan dan memaparkan *roadmap* atau peta rencana yang memperjelas langkah yang harus diambil penulis. Berikut *roadmap* yang telah diciptakan untuk MBKM proyek desa UMKM Pisang Goreng Coklat Lumer Curug Sangerang mengikuti metode proses desain yang diciptakan oleh Robin Landa dalam buku berjudul *Graphic Design Solution* (2011):

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA



Gambar 3.3 *Roadmap* (Tahapan Kegiatan) UMKM Desa Curug Sangerang

Untuk memperjelas *roadmap* yang telah dituliskan di atas, penulis akan menjabarkan penjelasan setiap langkah desain sebagai berikut:

1. *Orientation* (Februari)

Langkah ini adalah tahap awal dari kegiatan MBKM Proyek Desa. Penulis dan kelompok akan melakukan pencarian informasi sekunder melalui *website* desa dan situs web lain mengenai desa. Kemudian, penulis dan kelompok juga melakukan wawancara dengan pemilik UMKM untuk mengetahui informasi yang lebih rinci mengenai UMKM Pisang Goreng Coklat Lumer agar dapat mengetahui kebutuhan dari UMKM. Setelah melakukan wawancara, penulis kembali mencari informasi mengenai lingkungan sekitar UMKM dan lingkungan desa dengan melakukan observasi terhadap Desa Curug Sangerang.

Pada tahap *orientation*, penulis juga telah menuliskan beberapa poin penting mengenai informasi yang berkaitan erat dengan UMKM dan desa. Hal ini dicantumkan di dalam analisa potensi desa.

2. *Analysis* (Maret)

Pada tahap ini, penulis telah melakukan analisa terhadap informasi yang diterima. Melalui penguraian informasi tersebut, penulis telah menemukan masalah sosial dan desain yang dimiliki oleh UMKM Pisang Goreng Coklat Lumer. Kemudian, penulis dan kelompok pun mulai menentukan target pasar, kompetitor, dan pesan yang ingin disampaikan kepada pasar.

Penulis dan kelompok juga akan menentukan media yang dibutuhkan oleh UMKM Pisang Goreng Coklat Lumer. Melalui penentuan media ini, penulis dan kelompok telah membagi tugas untuk menyelesaikan desain dari masing-masing media.

3. *Concepts* (Maret)

Melalui tahap ini, penulis dan kelompok akan memulai proses penciptaan konsep yang akan menjadi *guideline* penciptaan desain yang diperlukan oleh UMKM Pisang Goreng Coklat Lumer. Di dalam tahap ini, penulis dan kelompok telah menciptakan *mindmap* untuk menentukan 3 kata kunci yang menggambarkan UMKM. Melalui kata-kata kunci tersebut, penulis dan kelompok telah menciptakan 10 *big idea* untuk dipilih. *Big idea* yang terpilih adalah kalimat yang paling menggambarkan kepribadian UMKM.

Melalui tahapan ini pula, penulis dan kelompok telah menciptakan 3 jenis *moodboard* yang berbeda untuk diberikan kepada pemilik UMKM agar dapat menentukan *art style* yang akan digunakan, warna yang akan digunakan, font yang akan digunakan, dan keseluruhan dari *brand personality* UMKM Pisang Goreng Coklat Lumer agar desain media tetap seragam.

4. *Design* (April – Mei)

Setelah mendapatkan pendapat dari pemilik UMKM mengenai *moodboard* mana yang akan digunakan, penulis akan memulai tahap *design*. Pada tahap ini, konsep desain akan direalisasikan ke dalam media yang diperlukan oleh UMKM Pisang Goreng Coklat Lumer. Penulis memulai tahap *design* dengan mencari referensi dari media yang menjadi tanggung jawabnya kemudian menciptakan beberapa sketsa kasar untuk media tersebut.

Kemudian, penulis menciptakan desain dari sketsa kasar tersebut dengan aplikasi *adobe illustrator*. Penggunaan aplikasi ini digunakan untuk menciptakan *design* yang akurat dengan kualitas yang baik. Setelah menyelesaikan *design*, penulis akan meminta *feedback* pertama dari *creative director*. Apabila *creative director* memiliki saran, maka penulis akan merevisi *design* tersebut.

Apabila *creative director* tidak memiliki saran, maka *design* diberikan kepada pemilik UMKM agar pemilik UMKM dapat memilih dan memberikan *feedback* mengenai *design* yang telah diciptakan.

5. *Implementation* (Mei – Juni)

Pada tahap ini, penulis akan melakukan implementasi kepada media dengan mencetak atau mengunggah *design* ke dalam media yang digunakan.

3.4 Timeline dan Uraian Tugas dalam Kegiatan MBKM

Untuk menciptakan kegiatan MBKM proyek desa yang terstruktur, penulis telah menciptakan tahapan kegiatan beserta dengan jadwal pengerjaan setiap kegiatan. Kedua hal ini juga diciptakan untuk membantu penulis dalam menetapkan jangka waktu yang efisien untuk pengerjaan setiap kegiatan agar kegiatan dapat diselesaikan di dalam semester MBKM ini.

3.4.1 Timeline Program MBKM Proyek Desa

Untuk mempermudah penulis dalam melaksanakan setiap kegiatan, penulis telah menciptakan tabel jadwal kegiatan MBKM proyek desa Curug Sangerang. Tabel ini membantu pekerjaan penulis sebagai seorang *content manager* dengan dasar metode *design* Robin Landa dalam buku yang berjudul *Graphic Design Solution* (2011). Berikut tabel *timeline* program MBKM Proyek Desa Curug Sangerang:

Tabel 3.2 Tabel *Timeline* MBKM Proyek Desa

Kegiatan		Waktu	Februari				Maret				April				Mei				Juni		
			1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3
Orientation	Mencari data melalui media sosial, <i>website</i> , dan situs web lainnya.																				
	Melakukan observasi kepada Desa Curug Sangerang																				
	Wawancara dengan UMKM Pisang Goreng Coklat Lumer																				
	Menuliskan data yang telah didapatkan																				
Analysis	Menentukan target pasar UMKM																				
	Menentukan kompetitor UMKM																				
	Menentukan masalah sosial UMKM																				
	Menentukan masalah desain UMKM																				
	Menentukan pesan UMKM yang akan dicantumkan di dalam desain																				
	Menentukan media yang dibutuhkan MBKM																				
	Melakukan pembagian pekerjaan media MBKM																				

3.4.2 Uraian Tahapan Kegiatan MBKM

Tabel di bawah ini merupakan rincian pekerjaan yang penulis telah lakukan selama menjalani MBKM Proyek Desa di Desa Curug Sangerang sebagai *content manager*.

Tabel 3.3 Tabel Tahapan MBKM Proyek Desa

No.	Minggu	Proyek/Kegiatan	Keterangan
1.	Minggu ke-1 (3 Februari-7 Februari 2025)	- Melakukan riset UMKM secara <i>online</i>. - Melakukan riset Desa Curug Sangerang secara <i>online</i>.	- Melakukan pencarian data mengenai UMKM dan Desa Curug Sangerang melalui media sosial, situs <i>website</i>, dan <i>website official</i>.
2.	Minggu ke-2 (10 Februari-14 Februari 2025)	- Pelaksanaan Bimbingan pertama dengan dosen. - Melakukan observasi di Desa Curug Sangerang. - Menentukan waktu wawancara dengan UMKM.	- Bimbingan mengenai hal yang harus dikerjakan selama MBKM. - Mengkontak pemilik UMKM via <i>Whatsapp</i> untuk memperkenalkan diri dan menentukan waktu untuk wawancara. - Mempersiapkan pertanyaan wawancara.
3.	Minggu ke-3 (17 Februari-21 Februari 2025)	- Melakukan wawancara dengan pemilik UMKM Pisang Goreng Coklat Lumer. - Mendata informasi yang didapatkan saat wawancara dan observasi dilakukan	- Melakukan wawancara dengan pemilik UMKM. - Menuliskan informasi yang diterima ketika wawancara dengan pemilik UMKM di dalam <i>google docs</i> milik kelompok.

4.	Minggu ke- 4 (24 Februari- 28 Februari 2025)	- Memulai penulisan bab 1 laporan UMKM dengan data yang diterima dari minggu-minggu sebelumnya. - Pelaksanaan Bimbingan kedua dengan dosen pembimbing	- Memulai penulisan bab 1 dengan analisa data yang telah diterima. - Pelaksanaan bimbingan kedua dan mendapatkan revisi mengenai bab 1 dari laporan MBKM. - Pada pelaksanaan bimbingan, penulis juga mendapatkan panduan untuk menuliskan bab 3.
5.	Minggu ke-5 (3 Maret-7 Maret 2025)	- Memulai penulisan bab 2 laporan UMKM Pisang Goreng Coklat Lumer.	- Memulai pendataan informasi mengenai Desa Curug Sangerang yang diperlukan laporan. - Mendata informasi yang didapatkan melalui observasi di Desa Curug Sangerang. - Menganalisa potensi pertumbuhan Desa Curug Sangerang. - Melanjutkan penulisan laporan UMKM.
6.	Minggu ke-6 (10 Maret–14 Maret 2025)	- Menciptakan <i>mind map</i> untuk UMKM Pisang Goreng Coklat Lumer. - Menentukan media promosi UMKM Pisang Goreng Coklat Lumer.	- Menuliskan <i>mind map</i> mengenai kata-kata yang berhubungan dengan UMKM Pisang Goreng Coklat Lumer dengan kelompok.

		- Membagi pekerjaan dengan anggota kelompok.	- Menentukan 3 <i>keywords</i> dari UMKM Pisang Goreng Coklat Lumer. - Menciptakan 10 <i>big idea</i> dari ketiga <i>keywords</i>. - Menentukan <i>big idea</i> untuk UMKM Pisang Goreng Coklat Lumer. - Menentukan media yang diperlukan UMKM. - Membagi pekerjaan dengan anggota tim. - Melanjutkan penulisan laporan UMKM.
7.	Minggu ke-7 (17 Maret-21 Maret 2025)	- Menciptakan 3 jenis <i>moodboard</i> untuk dipilih oleh pemilik UMKM. - Pelaksanaan Bimbingan ketiga dengan dosen pembimbing.	- Menciptakan 3 jenis <i>moodboard</i> yang terdiri dari <i>artstyle</i>, warna, dan <i>font</i> referensi untuk UMKM. - Pada bimbingan, bab 2 dari laporan telah dilihat dan direvisi. - Pada bimbingan, penulis mendapatkan panduan penulisan laporan bab 3. - Melanjutkan penulisan laporan UMKM.
8.	Minggu ke-8 (24 Maret-28 Maret 2025)	[MINGGU EVALUASI PERTAMA MBKM]	- Melakukan bimbingan dengan dosen untuk progress bab 3 laporan.

		- Pelaksanaan Bimbingan keempat dengan dosen pembimbing. - Memberikan pilihan moodboard kepada pemilik UMKM. - Mengumpulkan laporan UMKM Pisang Goreng Coklat Lumer.	- Dosen telah melakukan pengecekan ulang untuk bab 1 dan bab 2 dari laporan MBKM. - Memberikan <i>moodboard</i> yang telah diciptakan kepada pemilik UMKM. - Pemilik UMKM telah memilih <i>moodboard</i> yang akan digunakan. - Menyelesaikan bab 1 hingga bab 3 dari laporan UMKM. - Mengumpulkan laporan di <i>website</i> merdeka UMN.
9.	Minggu ke-9 (31 Maret-4 April 2025)	- Mencari referensi dari media promosi yang dibutuhkan UMKM. - Menciptakan sketsa kasar dari media yang menjadi tanggungjawab penulis.	- Mencari referensi visual media promosi melalui berbagai situs <i>website</i>. - Menciptakan sketsa dari visual <i>design</i> media promosi UMKM, penciptaan sketsa menggabungkan referensi dengan <i>moodboard</i> UMKM. - Melanjutkan penulisan laporan UMKM.
10.	Minggu ke-10 (7 April-11 April 2025)	- Melakukan penciptaan media promosi UMKM.	- Menyiapkan dan membeli properti yang diperlukan untuk pemotretan produk UMKM.

		Pelaksanaan bimbingan kelima dengan dosen pembimbing.	- Memulai penciptaan <i>design</i> visual di aplikasi <i>adobe illustrator</i>. - Melanjutkan penulisan laporan UMKM.
11.	Minggu ke-11 (14 April-18 April 2025)		- Mengambil produk dari UMKM Pisang Goreng Coklat Lumer yang akan dipotret. - Melakukan pemotretan produk di pagi hari. - Memilah foto yang akan digunakan ke dalam <i>google drive</i> kelompok. - Melanjutkan penciptaan <i>design</i> visual di aplikasi <i>adobe illustrator</i>. - Melanjutkan penulisan laporan UMKM.
12.	Minggu ke-12 (21 April-25 April 2025)		- Melakukan pengeditan foto untuk digunakan kepada media yang telah diciptakan dan akan diciptakan di aplikasi <i>adobe illustrator</i>. - Melanjutkan penciptaan <i>design</i> visual di aplikasi <i>adobe illustrator</i>. - Pada bimbingan dengan dosen, penulis melakukan

			asistensi untuk laporan UMKM bab 4 bagian 4.1.
13.	Minggu ke-13 (28 April-2 Mei 2025)	- Meminta <i>feedback</i> dari <i>creative director</i>.	- Mengecek ukuran dan <i>design</i> visual yang sudah diciptakan. - Memberikan <i>design</i> kepada <i>creative director</i> untuk meminta saran dan pendapat mengenai setiap <i>design</i>. - Menampung revisi yang diberikan <i>creative director</i>. - Melanjutkan penulisan laporan MBKM.
14.	Minggu ke-14 (5 Mei-9 Mei 2025)	- Melakukan revisi terhadap <i>design</i> media. - Pelaksanaan bimbingan keenam dengan dosen pembimbing.	- Melakukan revisi setiap <i>design</i> media secara bertahap. - Mengajukan kembali kepada <i>creative director</i> dan anggota tim lainnya. - Melanjutkan penulisan laporan UMKM. - Pada bimbingan, penulis melakukan asistensi mengenai progress penulisan desain yang dilaksanakan bagian 4.1.1.
15.	Minggu ke-15 (12 Mei-16 Mei 2025)	- Meminta <i>feedback</i> dari pemilik UMKM Pisang Goreng Coklat Lumer.	- Mengajukan <i>design</i> media kepada pemilik UMKM untuk dilihat, dipilih, dan

			diberikan pendapat atau saran. - Pemberian <i>design</i> dilakukan secara bertahap agar tidak ada media yang terlewat. - Menampung revisi yang diberikan oleh pemilik UMKM. - Melanjutkan penulisan laporan UMKM.
16.	Minggu ke-16 (19 Mei-23 Mei 2025)	- Melakukan revisi untuk media UMKM Pisang Goreng Coklat Lumer. - Pelaksanaan bimbingan ketujuh dengan dosen pembimbing. - Pelaksanaan bimbingan kedelapan dengan dosen pembimbing.	- Memulai revisi dari setiap media <i>design</i> yang telah dipilih oleh pemilik UMKM. - Mengajukan <i>design</i> yang telah direvisi kepada pemilik UMKM. - Melakukan revisi sebanyak 2x sebelum diunggah ke dalam <i>google drive</i> kelompok. - Melanjutkan penulisan laporan UMKM. - Pada bimbingan pertama, penulis melakukan asistensi mengenai progress penulisan desain yang dilaksanakan bagian 4.1.2 dan 4.1.3.

			- Penulis juga melakukan asistensi terhadap penulis 4.2 hingga 4.4 - Pada bimbingan kedua, penulis melakukan asistensi untuk penulisan laporan bab 5.
17.	Minggu ke-17 (26 Mei-30 Mei 2025)	- Melakukan pencetakan <i>design</i> pada media.	- Memulai pencarian tempat pencetakan dengan kualitas yang baik dan harga yang terjangkau untuk pemilik UMKM di masa depan. - Melanjutkan penulisan laporan UMKM.
18.	Minggu ke-18 (2 Juni-6 Juni 2025)		- Memulai pencetakan <i>design</i> kepada media yang digunakan oleh pemilik UMKM. - Melanjutkan penulisan laporan UMKM.
19.	Minggu ke-19 (9 Juni-12 Juni 2025)	[MINGGU SIDANG MBKM] - Melakukan penyelesaian laporan MBKM. - Mempersiapkan kebutuhan sidang MBKM. - Melakukan sidang MBKM.	- Melakukan penyelesaian kepada laporan MBKM. - Mempersiapkan kebutuhan yang diperlukan ketika sidang MBKM berlangsung. - Melakukan sidang MBKM.