

BAB III

PENYUSUNAN PELAKSANAAN KEGIATAN MBKM

3.1 Waktu dan Tempat Pelaksanaan

Program MBKM Cluster Proyek Desa dilaksanakan di Kelurahan Medang, Kecamatan Pagedangan, Kabupaten Tangerang, Provinsi Banten. Wilayah ini dipilih karena memiliki potensi ekonomi yang dapat dikembangkan, terutama dalam sektor UMKM yang didukung oleh komunitas lokal dan program pemberdayaan masyarakat. Program ini berlangsung selama 6 bulan, dari 22 Januari 2025 hingga 25 Juni 2025, dengan tujuan membantu pertumbuhan UMKM di wilayah ini melalui perancangan identitas visual dan strategi pemasaran. Program ini terlaksana dengan tim yang terdiri dari empat anggota, yaitu Audrey Lucrey, Nancy Serafina, Eveline, dan Fransiska Ariani. Setiap anggota memiliki peranan sesuai keahlian masing-masing pribadi untuk memastikan keberhasilan proyek ini. Pembagian tugas dalam tim mencakup perancangan identitas visual *branding*, strategi pemasaran digital, serta promosi untuk meningkatkan daya saing UMKM.

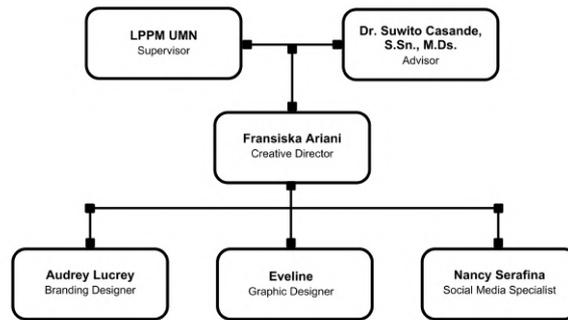
Tabel 3.1 Tabel Waktu dan Tempat Pelaksanaan Cluster MBKM Proyek Desa

Nama Desa	:	Medang
Lokasi Desa	:	Jl. Raya Kelurahan Medang, Medang, Kec. Pagedangan, Kabupaten Tangerang, Banten 15334
Area/Wilayah Desa	:	Tangerang
Provinsi	:	Banten
Tanggal Pelaksanaan Proyek Desa	:	22 Januari 2025 s/d 25 Juni 2025
Durasi Program (Bulan)	:	6 Bulan

3.2 Peta Peran Pelaksana Program Proyek Desa

Dalam pelaksanaan Program MBKM Cluster Proyek Desa, tim memiliki struktur hierarki yang jelas untuk memastikan setiap anggota memiliki peran dan tanggung jawab masing-masing. Program ini berada di bawah pengawasan LPPM UMN sebagai *supervisor* dan Dr. Suwito Casande, S.Sn., M.Ds. sebagai *advisor*.

Keduanya akan mengawasi kinerja tim selama program MBKM Cluster Proyek Desa berlangsung. Sementara, tim pelaksana proyek terdiri dari empat anggota yang bertanggung jawab atas berbagai aspek perancangan dan pengelolaan branding UMKM yang dapat dilihat dari peta peran berikut:



Gambar 3.1 Bagan Kedudukan Pelaksana Tim MBKM Proyek Desa

Dalam struktur hierarki tim MBKM Cluster Proyek Desa, seluruh anggota kelompok bertanggung jawab kepada LPPM UMN sebagai *Supervisor* dan Dr. Suwito Casande, S.Sn., M.Ds. sebagai *Advisor* selama berlangsungnya program.

1. LPPM UMN berperan sebagai *Supervisor*

Bertanggung jawab dalam mengawasi keberlangsungan proyek serta memastikan setiap tahapan perancangan berjalan sesuai dengan standar yang telah ditetapkan. *Supervisor* juga bertindak sebagai pengawas utama yang mengevaluasi kemajuan tim dalam menjalankan program.

2. Dr. Suwito Casande, S.Sn., M.Ds. sebagai *Advisor*

Memiliki tugas dalam memberikan bimbingan akademik kepada mahasiswa, khususnya dalam penelitian, penyusunan laporan, serta pengembangan desain agar sesuai dengan konsep dan strategi yang telah dirancang.

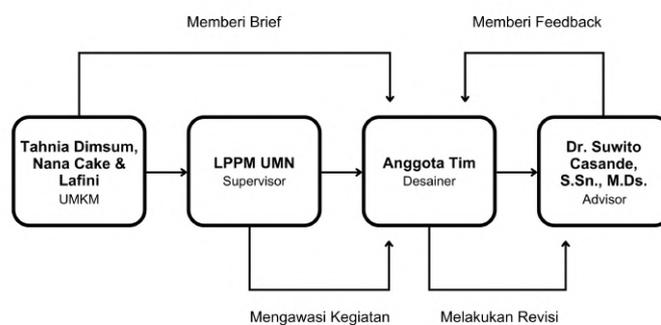
Hal ini juga didukung dengan adanya pembagian peran dalam tim proyek desa yang disusun berdasarkan keterampilan dan keahlian masing-masing anggota untuk memastikan hasil perancangan yang optimal. Dengan struktur kerja yang jelas, setiap anggota memiliki tanggung jawab yang saling mendukung dalam pengembangan identitas visual dan strategi pemasaran UMKM di Kelurahan

Medang. Berikut adalah pembagian jobdesc dari masing-masing anggota yang berkontribusi dalam proyek ini:

1. Fransiska Ariani, *Creative Director*
 - a. Tugas: Bertanggung jawab atas pengarahan konsep desain secara keseluruhan agar sesuai dengan strategi branding yang telah ditetapkan. Fransiska merancang identitas visual yang mencerminkan karakter masing-masing UMKM, seperti logo, pemilihan warna, serta elemen desain lainnya.
 - b. Peta Peran: Bekerja sama dengan seluruh anggota tim untuk memastikan setiap aspek desain sesuai dengan konsep yang ditentukan, serta memastikan pekerjaan tim berjalan dengan efektif.
2. Audrey Lucrey, *Branding Designer*
 - a. Tugas: Bertanggung jawab atas membuat collateral design, melengkapi aset identitas visual yang mendukung branding UMKM, dan merancang *Graphic Standart Manual (GSM)*. Audrey juga memastikan bahwa identitas visual yang dirancang dapat diaplikasikan secara konsisten di berbagai media, baik media cetak maupun digital, serta berkontribusi dalam mengembangkan konsep branding untuk meningkatkan daya saing UMKM.
 - b. Peta Peran: Berkoordinasi dengan tim desain dan pemasaran untuk menjaga konsistensi visual pada seluruh media promosi dan identitas brand.
3. Eveline, *Graphic Designer*
 - a. Tugas: Bertanggung jawab dalam perancangan materi visual promosi seperti flyer promosi, banner promosi, serta aset lainnya yang mendukung strategi pemasaran UMKM. Eveline memastikan bahwa semua materi desain yang dibuat memiliki kualitas yang baik, menarik perhatian target audiens, dan sesuai dengan identitas visual yang telah dibuat sebelumnya.

- b. Peta Peran: Bekerja sama dengan branding designer dan social media specialist untuk memastikan desain visual yang dihasilkan selaras dengan identitas brand dan memenuhi kebutuhan promosi.
4. Nancy Serafina, *Social Media Specialist*
- a. Tugas: Bertanggung jawab dalam mengelola strategi pemasaran digital dan promosi melalui sosial media. Nancy bertugas dalam pembuatan konten, perencanaan jadwal *posting*, serta menganalisis *engagement* untuk memastikan UMKM dapat meningkatkan visibilitasnya secara online.
 - b. Peta Peran: Berkoordinasi dengan tim desain untuk memastikan materi promosi yang dibuat sesuai dengan target audiens dan strategi branding yang telah ditetapkan.

Tim pelaksana program proyek desa berkoordinasi langsung dengan LPPM UMN dan Dr. Suwito Casande, S.Sn., M.Ds. sebagai Advisor. *Supervisor* bertanggung jawab dalam mengawasi keberlangsungan proyek dan memastikan program berjalan sesuai dengan rencana. Selain itu, tim juga mendapatkan bimbingan dari Dr. Suwito Casande, S.Sn., M.Ds. sebagai Advisor, yang bertugas membimbing tim dalam aspek penelitian, strategi branding, serta evaluasi laporan dan desain yang dihasilkan. Setiap tahap perancangan, mulai dari brainstorming hingga finalisasi desain, dilaporkan secara rutin kepada *supervisor* dan *advisor* untuk memastikan bahwa hasil akhir memenuhi standar akademik.



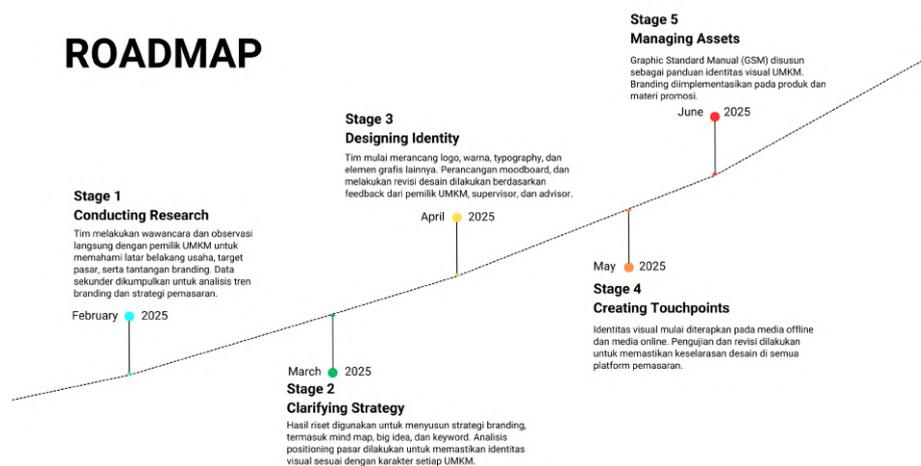
Gambar 3.2 Alur Koordinasi tim Proyek Desa

Alur kerja dimulai dengan tim mengobservasi permasalahan yang dialami oleh mitra UMKM yang kemudian dikembangkan dalam bentuk solusi branding dan

promosi. Selama proses perancangan, tim juga melakukan bimbingan rutin dengan Dr. Suwito Casande, S.Sn., M.Ds. untuk mendapatkan masukan serta memastikan hasil desain sesuai dengan prinsip desain komunikasi visual. *Feedback* yang diberikan oleh *advisor* kemudian diimplementasikan dalam revisi, yang kemudian diserahkan kepada mitra UMKM sebagai *output* untuk diproduksi dan digunakan dalam strategi pemasaran mereka.

3.3 Tahapan Pelaksanaan Program

Pelaksanaan program MBKM Cluster Proyek Desa didasari dengan tahapan perancangan identitas visual yang mengacu pada teori Alina Wheeler (2017) dalam buku *Designing Brand Identity*. Teori ini menerapkan lima tahapan yaitu *Conducting Research*, *Clarifying Strategy*, *Designing Identity*, *Creating Touchpoints*, dan *Managing Assets*. Penerapan teori ini dapat menjadi acuan dalam merancang identitas visual UMKM dan penerapannya ke dalam *media collateral*. Teori ini diharapkan dapat membantu penulis selama proses perancangan berlangsung.



Gambar 3.3 Roadmap Pelaksanaan MBKM Proyek Desa

Berikut adalah tahapan pelaksanaan program beserta jadwal pengerjaannya:

1. *Conducting Research* (Februari 2025): Pada tahapan ini, saya dan kelompok melakukan wawancara dengan pemilik UMKM Tahnia Dimsum (Tahniah Callista), Nana Cake & Cookies (Ratna Widya), dan Lafini (Ari) untuk memahami profil dan latar belakang UMKM, target

pasar, dan tantangan yang mereka hadapi dalam mengembangkan UMKM. Selain itu, kami juga melakukan observasi langsung di lokasi usaha untuk mengetahui bagaimana produk dikemas dan dipasarkan ke pelanggan. Kami juga turut mengumpulkan data sekunder mengenai tren masa kini dalam segi branding, strategi pemasaran UMKM, serta perilaku konsumen di Kelurahan Medang.

2. *Clarifying Strategy* (Februari – Maret 2025): Saya dan tim melakukan pengolahan hasil wawancara dan observasi untuk menyusun strategi branding yang akan diimplementasikan kepada masing-masing UMKM. Kami juga turut merancang mind map, big idea, dan konsep sebagai dasar dalam merancang identitas visual. Tahapan ini juga mengandung analisa positioning UMKM di pasar serta diferensiasi yang bisa diperkuat melalui branding.
3. *Designing Identity* (April 2025): Pada tahapan ini, kami mulai membuat moodboard untuk menjadi referensi utama dan menetapkan gaya visual untuk masing-masing UMKM, serta mulai melakukan perancangan logo, pemilihan warna, tipografi, dan elemen grafis yang akan diimplementasikan untuk setiap UMKM. Tahapan ini meliputi berbagai revisi desain dan mengumpulkan feedback dari pemilik UMKM, supervisor, serta advisor untuk perbaikan desain.
4. *Creating Touchpoints* (April – Mei 2025): Tahapan ini meliputi pengembangan branding ke media promosi offline dan online, seperti desain kemasan produk, label, kartu nama, flyer, spanduk, dan juga desain media sosial. Kami juga melakukan pengujian apakah identitas visual UMKM ini dapat diimplementasikan dengan baik di berbagai platform pemasaran. Revisi dan finalisasi juga dilakukan pada tahapan ini berdasarkan feedback dan input yang diterima.
5. *Managing Assets* (Mei – Juni 2025): Tahapan ini meliputi finalisasi penyusunan Graphic Standard Manual (GSM) sebagai panduan UMKM dalam menggunakan identitas visual dan media promosi dengan efektif. Kami juga turut mengimplementasikan identitas visual pada kemasan

produk dan materi promosi masing-masing UMKM. Serta memberikan arahan kepada pemilik UMKM mengenai penerapan branding secara efektif dan konsisten.

3.4 Timeline dan Uraian Tugas dalam Kegiatan MBKM

Timeline dan uraian tugas ini akan memaparkan secara rinci mengenai pelaksanaan kegiatan MBKM serta pembagian tugas untuk setiap anggota kelompok. Penyusunan *timeline* dilakukan dengan perencanaan waktu, tahapan kegiatan, dan pencapaian output yang efektif. Uraian tugas disusun untuk memastikan bahwa setiap anggota memiliki peran yang jelas dan terstruktur sesuai tanggung jawab masing-masing. Pemaparan ini bertujuan untuk memastikan seluruh proses pelaksanaan program dapat berjalan secara terarah dan efisien.

3.4.1 Timeline Program MBKM Proyek Desa

Timeline Pelaksanaan Program MBKM dijabarkan dalam tabel di bawah ini merupakan rincian pekerjaan yang penulis telah lakukan selama menjalani MBKM Proyek Desa di Medang sebagai *Branding Designer*. Timeline berikut ini telah disesuaikan dengan pengimplementasian tahapan berdasarkan teori Alina Wheeler (2017).

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
Conducting Research: Research & Data Collection																		
Clarifying Strategy: Analyze Data																		
Clarifying Strategy: Brainstorming & Strategy Development																		
Designing Identity: Identity Design																		
Creating Touchpoints: Brand Implementation																		

5.	2 (10 February 2025)	Pengerjaan Laporan Bab 1 bagian 1.1 Latar Belakang	Mengolah hasil observasi dan kemudian dituliskan kedalam Bab 1.1 Latar Belakang.
6.	2 (12 February 2025)	Melakukan bimbingan kedua dengan <i>advisor</i> / dosen pembimbing (Dr. Suwito Casande, S.Sn., M.Ds.)	Melakukan bimbingan kedua untuk melaporkan hasil observasi dan wawancara UMKM dan evaluasi langkah selanjutnya.
7.	3 (17-21 February 2025)	Pengerjaan Laporan Bab 1 bagian 1.2 – 1.4	Melakukan revisi proposal sesuai hasil bimbingan sebelumnya, serta melanjutkan pengerjaan proposal ke bagian 1.2 – 1.4.
8.	4 (24-28 February 2025)	Pengerjaan Laporan Bab 1 bagian 1.5– 1.6	Melanjutkan penulisan proposal Bab 1 bagian 1.5– 1.6 untuk dapat dievaluasi kembali di bimbingan selanjutnya.
9.	5 (5 March 2025)	Melakukan bimbingan ketiga dengan <i>advisor</i> / dosen pembimbing (Dr. Suwito Casande, S.Sn., M.Ds.)	Melakukan bimbingan ketiga untuk melaporkan progress keseluruhan Bab 1, serta mengasistensikan pertanyaan dan keperluan yang dibutuhkan saat kunjungan ke kelurahan.
10.	5 (5 March 2025)	Melakukan kunjungan ke	Mengunjungi kantor kelurahan Medang untuk melakukan wawancara dan pengumpulan

		kantor kelurahan Medang	data dengan staf Kelurahan yaitu Yudi Irhamsyah, S.Kom.,M.Si, dan Eti Suharyati, A.Md.
11.	5 (7 March 2025)	Melengkapi informasi UMKM dengan narasumber ketua UMKM Medang Nuri Nurzikri	Melakukan pengumpulan data UMKM Medang secara online dengan ketua UMKM Medang, Nuri Nurzikri.
12.	6 (10 March 2025)	Pengerjaan Laporan Bab 2	Melanjutkan penulisan proposal Bab 2 bagian 2.1– 2.2 untuk dapat dievaluasi kembali di bimbingan selanjutnya.
13.	6 (12 March 2025)	Pengerjaan Laporan Bab 3	Melanjutkan penulisan proposal Bab 3 bagian 3.1– 3.4 untuk dapat dievaluasi kembali di bimbingan selanjutnya.
14.	7 (19 March 2025)	Melakukan bimbingan keempat dengan <i>advisor</i> / dosen pembimbing (Dr. Suwito Casande, S.Sn., M.Ds.)	Melakukan bimbingan keempat untuk melaporkan progress keseluruhan Bab 1-3, serta menyampaikan keperluan pengumpulan Evaluasi 1.
15.	8 (24-28 March 2025)	Evaluasi I Cluster MBKM Proyek Desa	Finalisasi laporan proposal dari Bab 1 hingga Bab 3, untuk kemudian dikumpulkan sebagai

			Evaluasi 1 Cluster MBKM Proyek Desa.
16.	9 (7 April 2025)	Melakukan kerja kelompok untuk mendalami brainstorming, minmapping, dan penyusunan moodboard	Tim Pelaksana melakukan kerja kelompok untuk menentukan ide dan konsep perancangan identitas visual dan materi promosi masing-masing UMKM.
17.	10 (14-25 April 2025)	Pengerjaan Laporan Bab 4	Melanjutkan penulisan proposal Bab 4 bagian 4.1– 4.4 untuk dapat dievaluasi kembali di bimbingan selanjutnya.
18.	11 (21 April 2025)	Melakukan kunjungan ke masing-masing UMKM untuk memberikan progress pengerjaan dan menyesuaikan dengan kebutuhan UMKM.	Mengunjungi ketiga UMKM untuk melaporkan progress pengerjaan identitas visual agar selaras dengan hasil analisa dan kebutuhan UMKM.
19.	12 (28 April 2025)	Melakukan bimbingan kelima dengan <i>advisor</i> / dosen pembimbing (Dr.	Melakukan bimbingan kelima untuk melaporkan progress keseluruhan Bab 4, serta mengevaluasi hasil perancangan desain.

		Suwito Casande, S.Sn., M.Ds.)	
20.	13 (5 May 2025)	Finalisasi perancangan desain dan mengimplementasikan ke desain promosi	Memperbaiki desain identitas visual masing-masing UMKM dan menerapkannya dalam desain media promosi offline dan online.
21.	14 (12 May 2025)	Melakukan bimbingan keenam dengan <i>advisor</i> / dosen pembimbing (Dr. Suwito Casande, S.Sn., M.Ds.)	Melakukan bimbingan keenam untuk melaporkan progress perancangan identitas visual dan pengimplementasian kedalam media promosi offline dan online.
22.	15 (19 May 2025)	Pengerjaan Laporan Bab 5	Melanjutkan penulisan proposal Bab 5 bagian 5.1– 5.2 untuk dapat dievaluasi kembali di bimbingan selanjutnya.
23.	16 (26 May 2025)	Melakukan bimbingan ketujuh dengan <i>advisor</i> / dosen pembimbing (Dr. Suwito Casande, S.Sn., M.Ds.)	Melakukan bimbingan ketujuh untuk melaporkan finalisasi implementasi serta progress pengerjaan Bab 5.
24.	17 (2 Juni 2025)	Melakukan kunjungan ke masing-masing UMKM untuk	Mengunjungi ketiga UMKM untuk menunjukkan desain identitas visual dan hasil

		menunjukkan output pengerjaan	implementasi kedalam media promosi.
25.	18 (14 May 2025)	Melakukan bimbingan kedelapan dengan <i>advisor</i> / dosen pembimbing (Dr. Suwito Casande, S.Sn., M.Ds.)	Melakukan bimbingan kedelapan untuk melaporkan progress final proposal secara keseluruhan Bab 1-5.
26.	19 (19-23 Mei 2025)	Evaluasi 2	Finalisasi laporan proposal dari Bab 1 hingga Bab 5, untuk kemudian dikumpulkan sebagai Evaluasi 2 Cluster MBKM Proyek Desa.
27.	20 (11-12 Juni 2025)	Sidang Cluster MBKM Proyek Desa	Melaksanakan sidang dengan dosen pembimbing internal dan dosen penguji.

UMMN
UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA