

BAB III

PENYUSUNAN PELAKSANAAN KEGIATAN MBKM

3.1 Waktu dan Tempat Pelaksanaan

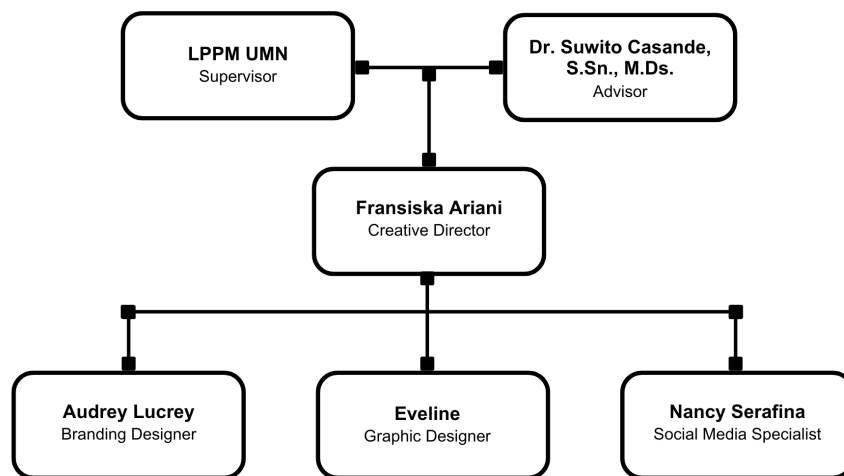
Penulis mulai melaksanakan kegiatan MBKM Cluster Proyek Desa di ketiga UMKM, yaitu Tahniah Dimsum, Lafini, beserta Nana Cake & Cookies yang sama-sama berlokasi di Kelurahan Medang, Kota Tangerang Selatan. Pada tanggal 3 Februari, kami memulai proyek desa dengan memperoleh data dari para pelaku UMKM. Kegiatan MBKM berakhir pada tanggal 25 Juni, yaitu pengumpulan laporan final terakhir. Penulis beserta tim menangani ketiga UMKM dengan perannya masing-masing. Tim kami terbagi menjadi dua, ada yang menangani bagian *Branding* dan Promosi, kedua departemen ini meliputi posisi *creative director*, *branding designer*, *graphic designer*, dan *social media specialist*.

Tabel 3.1 Tabel Waktu dan Tempat Pelaksanaan MBKM Cluster Proyek Desa

Nama Desa	:	Kelurahan Medang
Lokasi Desa	:	Kecamatan Pagedangan
Area/Wilayah Desa	:	Kabupaten Tangerang
Provinsi	:	Banten
Tanggal Pelaksanaan Proyek Desa	:	3 Februari 2025 s/d 25 Juni 2025
Durasi Program (Bulan)	:	5 Bulan

3.2 Peta Peran Pelaksana Program Proyek Desa

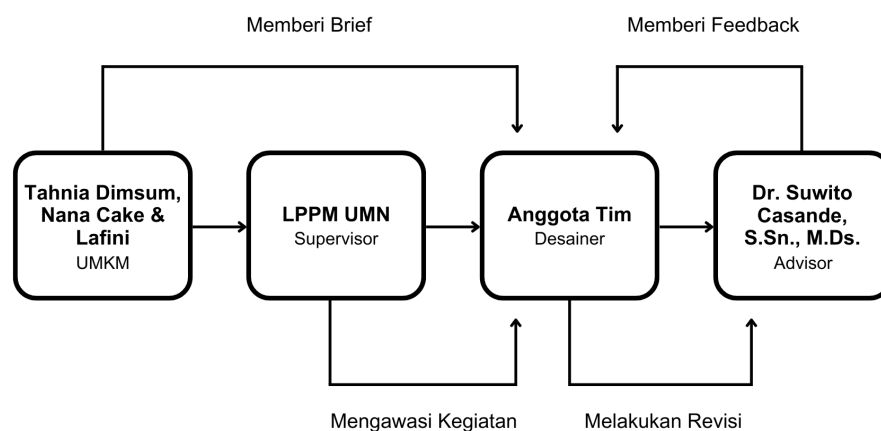
Dalam menjalin hubungan komunikasi yang baik antar anggota tim dalam mengerjakan tiap proyek desa, setiap anggota memiliki peran atau posisi dan deskripsi tugas yang akan dilakukan. Telah dibuat juga sebuah skema kedudukan pelaksana tim MBKM Proyek Desa. Skema ini bertujuan agar setiap anggota dapat memahami bagian yang perlu dilakukan dan tanggung jawab yang perlu dilaksanakan. Dengan begitu, komunikasi dan pengerjaan proyek desa dapat berjalan dengan lancar, efektif, dan efisien sampai akhir nanti. Berikut adalah skema kedudukan anggota dalam tim:



Gambar 3.1 Bagan Kedudukan Pelaksana Tim MBKM Proyek Desa

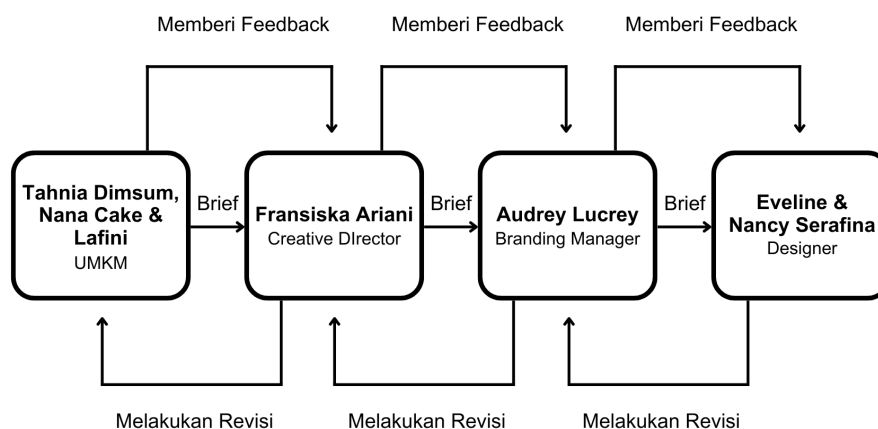
Berikut adalah uraian peran dan tugas dari masing-masing anggota tim:

1. Fransiska Ariani, *Creative Director*: Bertanggung jawab sebagai perancang utama identitas visual ketiga UMKM, termasuk membuat logo, *asset*, dan elemen yang dibutuhkan untuk keperluan *branding* setiap mitra UMKM.
2. Audrey Lucrey, *Branding Manager*: Bertanggung jawab sebagai *head* dari *branding* tiap UMKM, membantu Fransiska merancang identitas visual, termasuk penentuan *moodboard*, tipografi, hingga *color palette* yang akan berpengaruh dalam pembuatan aset visual.
3. Eveline, *Graphic Designer*: Bertanggung jawab atas media promosi setiap UMKM, khususnya dalam perancangan media *offline* mulai dari banner, spanduk, dan kebutuhan yang diperlukan oleh setiap pelaku UMKM dalam memasarkan produk mereka.
4. Nancy Serafina, *Social Media Specialist*: Bertanggung jawab atas media promosi setiap UMKM, bekerja membantu Eveline merancang media promosi *online*, khususnya postingan pada tiap social media UMKM seperti Instagram *Feeds* dan *Story* sesuai kebutuhan UMKM.



Gambar 3.2 Alur Koordinasi tim Proyek Desa

Selain menjalin komunikasi antar anggota tim, kelompok kami juga berkoordinasi dengan beberapa pelaksana, termasuk ketiga pelaku UMKM (Tahniah dimsum, Nana Cake & Lafini), *Supervisor*/Dosen Pembimbing Eksternal yaitu LPPM UMN, dan *Advisor*/Dosen Pembimbing Internal yaitu Dr. Suwito Casande, S. Sn., M. Ds. Skema diatas menunjukan alur koordinasi yang terjadi antara kami dengan pihak-pihak tersebut. Alur dimulai dengan pelaku UMKM yang akan memberi kami kebutuhan dan keperluan mereka, atau yang bisa disebut dengan *client brief* kepada desainer (kelompok penulis). Kemudian setelah merumuskan masalah dari data yang diperoleh, kelompok penulis akan mulai menjalani proses perancangan desain yang diperlukan oleh setiap UMKM. Selama berlangsungnya proses tersebut, desainer akan secara bertahap melakukan bimbingan dengan *Advisor* dibawah pengawasan LPPM UMN. *Advisor* bertugas membimbing kami selama kegiatan MBKM berlangsung, seperti memberi saran, masukan, dan feedback yang sesuai agar hasil dapat maksimal. *Supervisor* bertugas untuk memfasilitasi dan mengkoordinasi program MBKM Cluster Proyek Desa. Di akhir, setelah hasil desain sudah jadi, kami akan mengembalikan seluruh desain yang final kepada tiap-tiap pelaku UMKM.

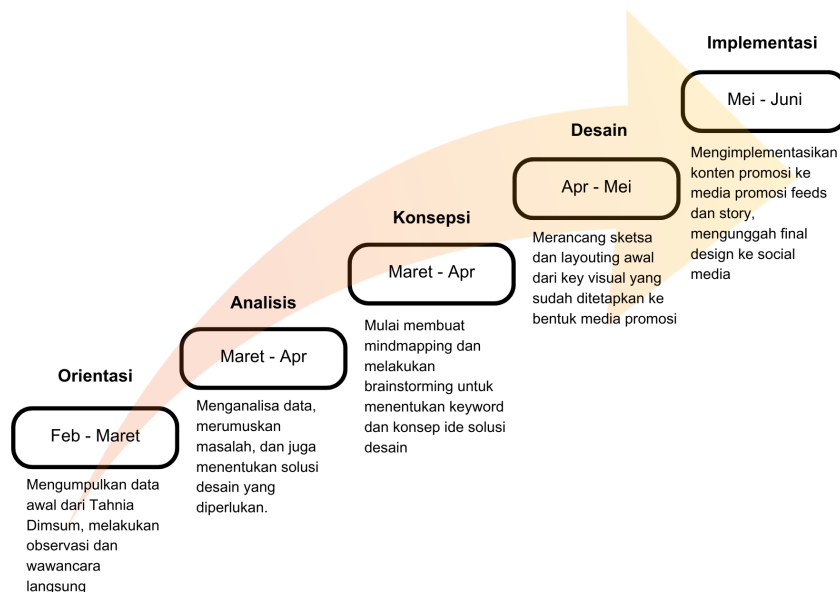


Gambar 3.3 Alur Koordinasi antar Anggota Tim Proyek Desa

Pada alur sebelumnya, skema menunjukkan adanya pihak Desainer, yaitu kelompok kami sendiri. Di dalam kelompok pun, kami memiliki alur kerja yang terstruktur agar setiap *brief* dan masalah dapat diselesaikan dengan proses perancangan yang efektif dan baik. Ketika kelompok kami pertama kali mendapatkan *brief*, *Creative Director*, akan menangani hal-hal seputar *branding*, khususnya identitas visual dan asset yang dibantu dengan *Branding Manager*, ketika identitas dan *guidelines* visual sudah dibuat, Designer akan mengembangkan identitas visual tiap UMKM untuk mengelola tiap-tiap media promosi yang dibutuhkan. Setiap pihak akan memberi *feedback* dan melakukan revisi sesuai dengan alur koordinasi skema di atas, dengan demikian, komunikasi antar anggota tim dengan klien pun akan menjadi lebih terstruktur, efektif, dan mudah dipahami.

3.3 Tahapan Pelaksanaan Program

Selama proses MBKM Cluster Proyek Desa berlangsung, penulis akan melalui tahap perancangan. Dimana, setelah melakukan analisa masalah tiap-tiap UMKM, penulis memutuskan untuk melakukan proses perancangan sesuai dengan teori *Advertising by Design* (Landa, 2021). Teori ini dapat membantu penulis merancang media promosi yang inovatif dan efektif karena kelima tahapan desain yang detail dan komprehensif.



Gambar 3.4 Roadmap Pelaksanaan MBKM Cluster Proyek Desa

Berikut adalah 5 tahap desain yang dijabarkan oleh Robin Landa (2021) beserta waktu pelaksanaan dan penjelasannya:

- a) **Orientasi, Februari – Maret:** Pada tahap ini, penulis mengawali perancangan desain dengan melakukan riset dan mengumpulkan data yang dibutuhkan mengenai masalah yang dihadapi oleh UMKM Tahniah Dimsum. Hal ini dilakukan dengan melakukan observasi kepada Tahniah Dimsum di Kelurahan Medang. Penulis juga Kembali menentukan segmentasi atau target audiens yang sesuai, mencari berita terkini dan faktual mengenai Tahniah Dimsum, perspektif pelaku UMKM mengenai masalah yang sering mereka hadapi, serta aspek lainnya yang dapat berkontribusi dalam pengumpulan data dari Kak Tahniah, selaku pelaku usaha dari UMKM Tahniah Dimsum.
- b) **Analisis, Maret – April:** Setelah melakukan tahap orientasi, penulis beralih dan lanjut ke tahap analisis. Tahap ini dilakukan setelah penulis berhasil mendapatkan data yang cukup dan komprehensif dari riset dari Tahniah Dimsum di tahap sebelumnya, kemudian melakukan analisa terhadap

masalah tersebut. Hal ini dilakukan agar penulis bisa menentukan strategi yang tepat dalam merancang kebutuhan desain yang diperlukan oleh mitra. Strategi yang ditetapkan oleh penulis akan dirancang dalam bentuk *design brief* dan *creative brief* sesuai dengan harapan tahnia Dimsum.

- c) Konsepsi, Maret – April: Pada tahap ini, penulis telah selesai mengumpulkan dan menganalisa data seputar kebutuhan desain Tahnia Dimsum. Penulis lanjut menentukan ide dan konsep untuk merancang media promosi yang tepat bagi mitra. Hal ini dilakukan dengan beberapa cara, seperti *brainstorming* dan *mind mapping*. Kemudian, penulis di saat ini juga sudah mendapatkan *brand guidelines* dari *Creative Director & Branding Manager*, dimana hal ini juga membantu penulis memvisualisasikan media promosi yang tepat. Seluruh konsep dan ide serta *keyword* yang didapat akan penopang perancangan media promosi Tahnia Dimsum.
- d) Desain & Produksi, April – Mei: Setelah membuat *moodboard* dan menemukan ide dan konsep, di tahap ini penulis memulai merancang desain media promosi yang sesuai dengan social media Tahnia Dimsum. Tahap merancang desain ini dimulai dari *rough sketch* atau sketsa kasar, tata letak atau *layouting*, kemudian dikembangkan menjadi sebuah desain yang komprehensif dan sesuai dengan ide dan konsep yang sudah ditentukan sesuai dengan pilar DKV Persuasi. Penulis juga tentunya akan menggunakan *key visual* dari tim *branding*, termasuk *typeface*, warna, dan aset yang sudah disepakati bersama.
- e) Implementasi, Mei – Juni: Setelah selesai membuat desain yang komprehensif, di tahap ini penulis mengimplementasikan konten dan desain ke format yang sesuai dengan media promosi, seperti *feeds* dengan perbandingan 3:4 dan *story* dengan perbandingan 9:16. Selain itu, ketika desain sudah disetujui oleh Tahnia Dimsum, diharapkan media promosi ini

dapat segera diunggah di sosial media mitra sesuai dengan tanggal yang telah ditentukan. Nantinya penulis akan tetap memonitor postingan dengan mengamati *engagement* yang didapatkan dari media promosi tersebut.

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 *Social Media Specialist* UMKM Tahniah Dimsum. Dalam melaksanakan proses ini, sesuai dengan penjabaran diatas, penulis menggunakan teori perancangan desain yaitu *Advertising by Design* (Landa, 2021). Teori ini membantu penulis merancang media promosi online yang efektif dan sesuai dengan harapan pelaku UMKM.

Tabel 3.2 Tabel Timeline Kegiatan MBKM

Kegiatan		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
Orientasi	Identifikasi Masalah																				
	Target Audiens																				
	Pencarian Data: Wawancara & Observasi																				
Analisis	Analisis Data																				
	Strategi																				
	<i>Creative Brief</i>																				
Konsepsi	<i>Brainstorming</i>																				
	<i>Mindmapping</i>																				
	Ide & Konsep																				
	<i>Moodboard</i>																				
Desain & Produksi	Sketsa & Layouting																				
	Produksi																				
Implementasi	Evaluasi																				
	Publikasi																				

3.4.2 Uraian Tahapan Kegiatan MBKM

Tabel di bawah ini merupakan rincian pekerjaan yang penulis telah lakukan selama menjalani MBKM Proyek Desa di Kelurahan Medang sebagai *social media specialist*.

Tabel 3.3 Tabel Tahapan Kegiatan Proyek Desa

No.	Minggu	Proyek/Kegiatan	Keterangan
1.	1 (3 Februari-9 Februari 2025)	Mengunjungi ketiga UMKM di Kelurahan Medang Melakukan bimbingan pertama dengan dosen pembimbing Dr. Suwito Casande, S. Sn., M. Ds., (<i>Advisor</i>)	1) Menghubungi UMKM Tahniah Dimsum, Nana Cake & Cookies, dan Lafini untuk mengatur pertemuan <i>offline</i> . 2) Melakukan observasi di ketiga UMKM dan mengidentifikasi masalah yang ada. Di setiap UMKM, masalah yang dihadapi hampir sama, yaitu kurangnya media promosi yang menarik, serta identitas visual <i>brand</i> yang belum kuat karena belum memanfaatkan USP yang dimiliki oleh setiap UMKM. 3) Melakukan bimbingan pertama dengan <i>advisor</i> , membahas mengenai timeline MBKM secara keseluruhan, serta

			pengerjaan awal laporan MBKM Cluster Proyek Desa.
2.	2 (10 Februari- 16 Februari 2025)	Pengumpulan data dan masalah dari observasi di ketiga UMKM Presentasi di bimbingan kedua dengan dosen pembimbing Dr. Suwito Casande, S. Sn., M. Ds., (<i>Advisor</i>)	4) Penulis dan kelompok mulai berdiskusi untuk menganalisa data dan masalah yang ada. Kelompok menemukan bahwa ketiga UMKM sama-sama membutuhkan solusi desain yang hampir sama. Kami membagi tugas dalam tim, 2 anggota akan fokus di <i>branding</i> sedangkan 2 anggota lain fokus di bagian promosi. Dengan demikian, alur pengerjaan proyek akan berjalan dengan efisien. 5) Kelompok merangkum semua data dan masalah serta profil UMKM ke dalam slide untuk di presentasikan 6) Pada bimbingan kedua dengan <i>advisor</i>, kelompok mempresentasikan hasil observasi. <i>Advisor</i> mengarahkan kelompok untuk berani memberi Solusi desain yang tepat kepada pelaku, bukan hanya

			mengikuti keinginan tiap UMKM.
3.	3 (17 Februari- 23 Februari 2025)	Mengerjakan & menyelesaikan laporan MBKM Cluster Proyek Desa Bab 1.	7) Setelah mendapatkan data yang cukup beserta target audiensnya, kami diarahkan untuk memulai pengerjaan laporan Bab 1. Dimulai dari menulis latar belakang dan rumusan masalah. Penulis menulis laporan dengan tumpuan perancangan media promosi untuk UMKM Tahniah Dimsum. Penulis Menyusun latar belakang dengan data yang didapat dari observasi di minggu lalu.
4.	4 (24 Februari-2 Maret 2025)	Melakukan riset di internet dan referensi jurnal mengenai gambaran umum Kelurahan Medang.	8) Langkah selanjutnya, penulis mengerjakan Bab 2 dari laporan MBKM Cluster Proyek Desa, sebelum melakukan wawancara dan observasi lebih lanjut kepada pihak Kelurahan Medang, penulis melakukan riset mandiri bersama kelompok untuk mencari tahu sedikit gambaran umum atau awal tentang

			profil dari Kelurahan Medang beserta Pokdarwis.
5.	1 (3 Maret – 9 Maret 2025)	Mengunjungi Kantor Kelurahan Medang Melakukan bimbingan ketiga dengan dosen pembimbing Dr. Suwito Casande, S. Sn., M. Ds., (<i>Advisor</i>)	9) Kelompok penulis menghubungi LPPM untuk menanyakan cara mengatur pertemuan dengan pihak Pokdarwis, setelah kami menghubungi kontak yang diberikan, kami diarahkan untuk langsung datang ke Kantor Kelurahan Medang dan bertemu dengan Pak Nuri, selaku wakil dari Kelurahan Medang. Di situ, kami bertemu dengan banyak pihak yang membantu kami mendapatkan data mengenai berdirinya Kelurahan Medang serta <i>behavior</i> dari Masyarakat Medang. Kami juga diberikan 1 <i>copy</i> berisi data lengkap mengenai profil Kelurahan Medang yang termasuk jumlah penduduk hingga jenis-jenis okupasi Masyarakat di Medang 10) Sebelum melakukan kunjungan ke Kantor Kelurahan Medang, penulis

			beserta kelompok melakukan bimbingan ketiga dengan dosen pembimbing Dr. Suwito Casande, S. Sn., M. Ds., (<i>Advisor</i>), disitu, kami diarahkan untuk sudah terlebih dahulu melakukan riset pribadi, agar ketika sudah berada di Kantor Kelurahan, kami hanya mengonfirmasi data yang sudah kami dapat saja, sehingga waktu yang digunakan juga tidak terlalu lama.
6.	2 (10 Maret – 16 Maret 2025)	Melengkapi laporan MBKM Cluster Proyek Desa Bab 2. Mulai mengerjakan laporan MBKM Cluster Proyek Desa Bab 3.	11) Setelah mendapatkan data yang cukup dari observasi dan wawancara yang dilakukan di Kantor Kelurahan Medang, penulis melanjutkan pengerjaan laporan Bab 2 sampai selesai 12) Selanjutnya, penulis masuk ke dalam pengerjaan laporan MBKM Cluster Proyek Desa Bab 3, di bab ini, penulsi beserta kelompok membagi tugas dengan menetapkan peran

			masing-masing anggota dalam kelompok demi kelancaran pengerjaan proyek desa ini. Penulis mengambil peran sebagai <i>social media specialist</i> di bidang promosi. Kemudian di bab 3 ini penulis juga sudah menentukan metode perancangan yang akan digunakan, yaitu teori yang dikemukakan oleh Robin Landa, <i>Advertising by Design</i> dalam merancang media promosi yang tepat.
7.	3 (17 Maret – 23 Maret 2025)	Menyelesaikan laporan MBKM Cluster Proyek Desa Bab 3 Mengatur jadwal photoshoot produk bersama tim Melakukan bimbingan keempat dengan dosen pembimbing Dr. Suwito Casande, S. Sn., M. Ds., (<i>Advisor</i>)	13) Langkah terakhir di Bab 3, penulis menentukan <i>timeline</i> perancangan sesuai dengan teori yang digunakan, dari bulan Februari sampai Juni, dari tahap Orientasi sampai Implementasi. 14) Penulis dan kelompok berencana melakukan <i>photoshoot</i> produk beberapa hari sebelum lebaran untuk mendapatkan produk yang lengkap dari pelaku UMKM.

			15) Penulis dan kelompok melakukan bimbingan keempat, bimbingan terakhir dengan <i>advisor</i> sebelum evaluasi tahap 1.
8.	4 (24 Maret – 30 Maret 2025)	Melakukan <i>photoshoot</i> produk (katalog dan konsep) dari ketiga UMKM Finalisasi laporan MBKM Cluster Proyek Desa Bab 1 – 3 Evaluasi Tahap 1	16) Melakukan finalisasi laporan MBKM Cluster Proyek Desa untuk di <i>submit</i> pada Evaluasi 1. 17) Melakukan <i>product photoshoot</i> dari produk-produk unggulan ketiga UMKM, termasuk <i>conceptual photoshoot & catalogue photoshoot</i> .
18) Evaluasi 1 Cluster MBKM			
9.	1 (7 April – 13 April 2025)	Rencana bimbingan kelima dengan dosen pembimbing Dr. Suwito Casande, S. Sn., M. Ds., (<i>Advisor</i>) Mulai menentukan ide & konsep yang lebih terarah	1) Setelah melakukan <i>photoshoot</i> produk sebelum tahap evaluasi 1, kami sekelompok akan lanjut melakukan tahap konsepsi, dimana kami membuat mindmap dan melakukan brainstorm untuk mendapatkan ide yang lebih terarah dan sesuai dengan kebutuhan tiap <i>branding</i> dan promosi UMKM

		Pengerjaan laporan MBKM Bab 4	
10.	2 (14 April – 20 April 2025)	Pengerjaan identitas visual <i>brand</i> tiap UMKM Meminta <i>feedback</i> dan <i>review</i> dari pelaku UMKM	2) Masuk ke dalam proses perancangan, setelah ide sudah terpilih, kami akan mulai dari perancangan identitas visual tiap UMKM, termasuk tipografi, warna, aset, dan elemen yang mewakili identitas visual. 3) Kami juga akan terus berdiskusi dengan pelaku UMKM dalam menentukan identitas visual yang cocok.
11.	3 (21 April – 27 April 2025)	Rencana bimbingan keenam dengan dosen pembimbing Dr. Suwito Casande, S. Sn., M. Ds., (<i>Advisor</i>) Pengerjaan media promosi tiap UMKM	4) Di setiap bimbingan, kami akan menunjukkan proses perancangan karya yang sedang kami buat, termasuk kepada <i>advisor</i> yang membimbing kami. Kami akan meminta <i>review</i> dan <i>feedback</i> yang diperlukan untuk menyempurnakan identitas visual 5) Setelah menetapkan <i>visual guidelines</i>, kelompok lanjut membuat media promosi yang akan dirancang oleh

			<i>Graphic Designer & Social Media Specialist.</i>
12.	4 (28 April – 4 Mei 2025)	Pengerjaan laporan MBKM Bab 4 Menentukan luaran dan kendala yang ditemukan	6) Pada minggu ini, kelompok sudah hampir selesai merancang <i>design</i> di tiap media/wadah yang dibutuhkan. Tata letak/layouting juga sudah dirancang dan ditentukan untuk tiap pengaplikasian elemen visual 7) Pengerjaan laporan Bab 4, termasuk perancangan proyek, luaran, sampai kendala.
13.	1 (5 Mei – 11 Mei 2025)	Pengerjaan solusi yang ditemukan di Bab 4 Pengerjaan laporan MBKM Bab 5 Rencana bimbingan ketujuh dengan dosen pembimbing Dr. Suwito Casande, S. Sn., M. Ds., (<i>Advisor</i>)	8) Finalisasi pengerjaan laporan MBKM Bab 4, lanjut mengerjakan laporan Bab 5. 9) Pada tahap ini, desain sudah final dan disetujui oleh pihak UMKM dan <i>Advisor</i>, agar bisa diimplementasikan. 10) Melakukan bimbingan dengan <i>advisor</i> untuk melakukan review design yang sudah jadi.

14.	2 (12 Mei – 18 Mei 2025)	Finalisasi laporan MBKM sesuai <i>template</i>. Rencana bimbingan kedelapan dengan dosen pembimbing Dr. Suwito Casande, S. Sn., M. Ds., (<i>Advisor</i>)	11) Menyelesaikan laporan MBKM Bab 5, termasuk kesimpulan dan saran. Kemudian, juga melengkapi bagian halaman-halaman awal serta daftar pustaka. 12) Melakukan bimbingan terakhir bersama <i>advisor</i> untuk membicarakan persiapan sidang evaluasi 2.
Evaluasi 2 Cluster MBKM			
15.	1 (2 Juni – 8 Juni 2025)	Periode UAS Pengecekan dokumen dan laporan untuk Sidang Evaluasi 2 Cluster MBKM Registrasi Sidang Evaluasi 2	1) Memastikan seluruh laporan sudah sesuai dengan <i>template</i> MBKM Proyek Desa 2) <i>Advisor</i> melakukan pengecekan laporan serta dokumen yang diperlukan 3) Melakukan registrasi ulang di website Kampus Merdeka untuk melakukan Sidang Evaluasi 2
16.	2-4 (9 Juni – 25 Juni 2025)	Sidang Evaluasi 2 Cluster MBKM	4) Mengikuti sidang sesuai jadwal yang telah ditentukan 5) Mendapatkan TTD dari penguji dan atau dewan siding

			6) Melakukan revisi/finalisasi dari <i>feedback</i> yang didapatkan dari sidang
Pengumpulan Laporan MBKM Cluster Proyek Desa ke website Kampus Merdeka			

