

## BAB III

### PENYUSUNAN PELAKSANAAN KEGIATAN MBKM

#### 3.1 Waktu dan Tempat Pelaksanaan

Lokasi pelaksanaan MBKM Proyek Desa berada di Desa Medang. Desa tersebut berada di Kabupaten Tangerang, Provinsi Banten, Indonesia. Waktu pelaksanaan dimulai dari tanggal 3 Februari 2025 hingga 25 Juni 2025. Dalam program ini, setiap anggota memiliki peran dan tanggung jawab yang berbeda. Tugas-tugas tersebut, diantaranya Kevin Gunawan yang bertugas dalam bidang Identitas Visual, Michael Barney Affandi bertugas dalam Social Media Specialist, Sheerlyn Angelice Salim bertugas dalam Graphic Designer, dan Teddy Kurniawan bertugas dalam Motion Designer.

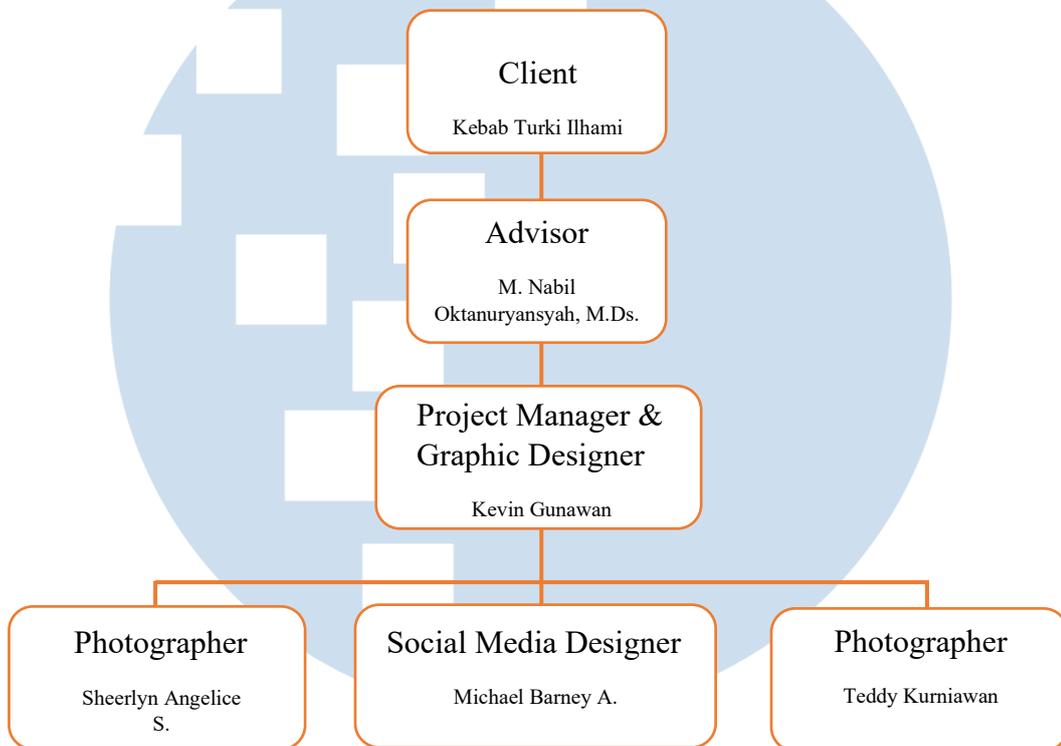
Tabel 3.1 Tabel Waktu dan Tempat Pelaksanaan Cluster MBKM Proyek Desa

Nama Desa	:	Medang
Lokasi Desa	:	Jl. Danau Kelapa Dua V No. 14 RT.001/005 Kel/ kec. Kelapa dua/kelapa dua Tangerang
Area/Wilayah Desa	:	<ul style="list-style-type: none"><li>• Utara: Desa Curug Sangereng</li><li>• Selatan: Desa Cijantra &amp; Lekong Kulon</li><li>• Barat: Kelurahan Bojongnangka</li><li>• Timur: Desa Cihuni</li></ul>
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

Pelaksanaan program MBKM Proyek Desa ini terbagi menjadi beberapa tugas berbeda yang dimiliki setiap anggota. Pembagian tugas ini dilakukan untuk menyelesaikan program ini dengan efisien dan efektif. Setiap anggota memiliki

peran strategis dalam tim, termasuk Creative Director, Graphic Designer, Photographer, dan Illustrator, dan Social Media Designer, yang berkontribusi sesuai dengan keahlian masing-masing untuk mendukung keberhasilan program.



Gambar 3.1 Bagan Kedudukan Pelaksana Tim MBKM Proyek Desa

Berikut merupakan penjabaran tugas yang dimiliki masing-masing anggota kelompok :

1. Michael Barney Affandi, Social Media Designer : Bertugas menyusun *content plan* dan strategi perancangan media social, serta merancang berbagai konten yang dibutuhkan untuk media sosial UMKM Kebab Turki Ilhami.
2. Kevin Gunawan, Project Manager/Graphic Designer : Dalam proyek ini, Kevin berperan sebagai *project manager* yang menjadi penghubung antara klien dan tim, dan memastikan komunikasi berjalan lancar, dan membagi tugas kepada masing-masing anggota sesuai dengan *brief* yang diberikan oleh pemilik UMKM. Selain itu,

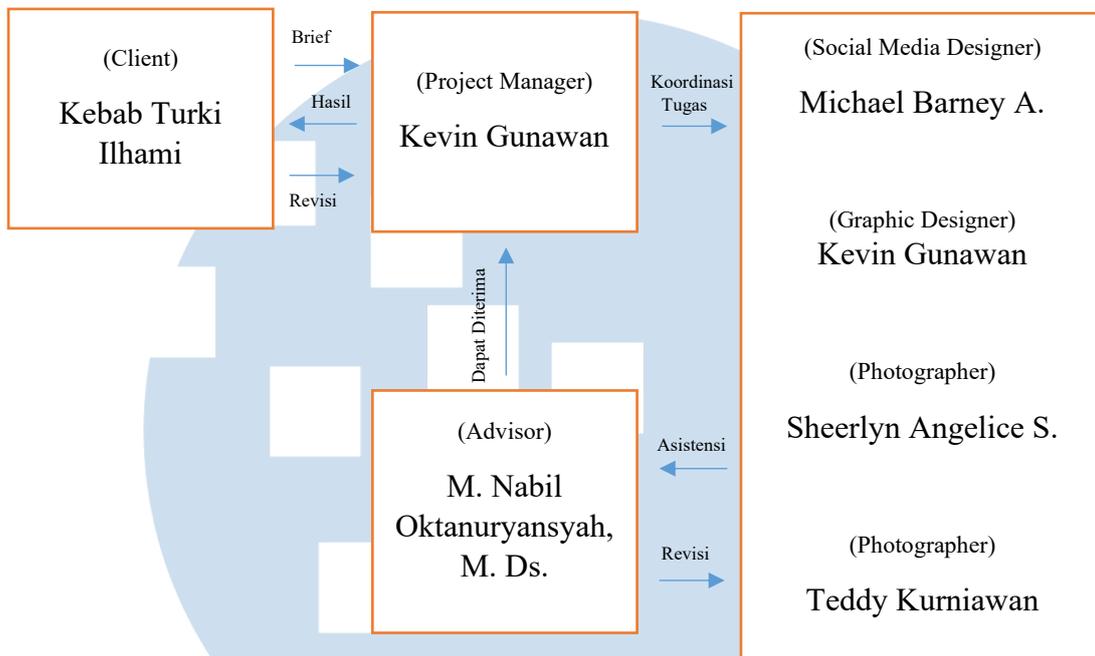
Kevin juga berperan sebagai *graphic designer* yang merancang identitas visual untuk UMKM Kebab Turki Ilhami.

3. Sheerlyn Angelice Salim, Photographer: Bertanggung jawab dalam membantu proses fotografi produk yang dijual, membawa dan menyusun properti yang digunakan.
4. Teddy Kurniawan, Photographer: Bertanggung jawab dalam pengambilan foto produk yang dijual oleh UMKM, memastikan setiap gambar memiliki kualitas tinggi dan sesuai dengan identitas brand. Tugas ini mencakup pengaturan konsep fotografi, pencahayaan, serta komposisi yang tepat agar menghasilkan visual yang menarik dan professional.

Selama MBKM Proyek Desa berlangsung, penulis menyusun alur kerja yang baik antara kelompok, dosen pembimbing, supervisor, dan pemilik UMKM. Hal ini bertujuan untuk mempermudah komunikasi dan dapat mengkoordinasikan *brief* lebih baik.

Pihak UMKM berperan dalam memberikan design brief mengenai permasalahan desain yang perlu diperbaiki dan dapat dikembangkan lebih baik lagi. Selain itu, UMKM juga menyediakan informasi penting terkait brand, seperti visi, misi, dan filosofi, sehingga tim desain dapat memastikan bahwa konsep yang dibuat selaras dengan identitas dan tujuan bisnis klien. Sementara itu, supervisor bertanggung jawab dalam mengawasi seluruh aktivitas anggota tim, memastikan setiap tugas berjalan sesuai rencana dan terlaksana dengan baik. Sebagai *Social Media Designer* dalam proyek ini, penulis bertanggung jawab dalam merancang berbagai elemen visual yang dibutuhkan, terutama untuk keperluan promosi.

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

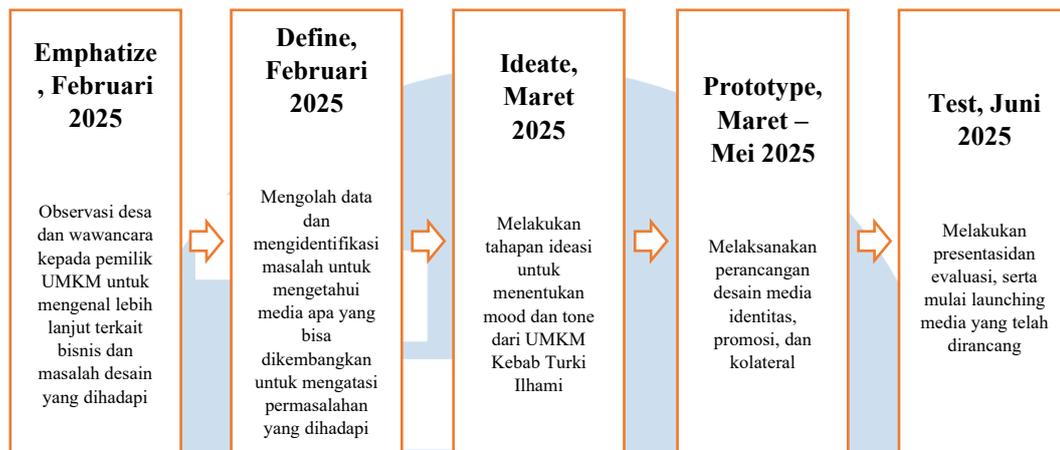


Gambar 3.2 Alur Koordinasi tim Proyek Desa

### 3.3 Tahapan Pelaksanaan Program

Pelaksanaan MBKM ini menerapkan metode Design Thinking sebagai pendekatan utama dalam merancang media promosi untuk Kebab Turki Ilhami. Design thinking adalah pendekatan berpusat pada manusia yang digunakan untuk memecahkan masalah secara kreatif dan inovatif (Dam, 2025). Dengan mengikuti tahapan Design Thinking, proses perancangan media promosi dapat berjalan lebih lancar dan terarah. Berikut merupakan roadmap pelaksanaan MBKM Proyek Desa menggunakan tahapan Design Thinking.

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 3.3 *Roadmap* (Tahapan Kegiatan)

Berikut merupakan jabaran dari tahapan kegiatan perancangan ini:

1. **Empathize, Februari** : Pada tahap ini, penulis mengumpulkan berbagai informasi terkait brand Kebab Turki Ilhami dengan mewawancarai pemilik UMKM guna memahami permasalahan desain yang dihadapi. Selain itu, penulis juga melakukan kunjungan langsung ke Desa Medang untuk mengamati kondisi lingkungan, aktivitas masyarakat, serta aspek perekonomian di daerah tersebut.
2. **Define, Februari** : Setelah mengumpulkan data melalui wawancara dan observasi, penulis bersama tim melakukan brainstorming untuk menentukan berbagai media yang dapat digunakan dalam memperkuat identitas visual serta media promosi Kebab Turki Ilhami. Media tersebut mencakup logo, desain feeds, kemasan, dan lain sebagainya. Selanjutnya, penulis dan tim menyusun timeline kerja serta strategi yang terarah guna memastikan hasil yang optimal.
3. **Ideate, Maret** : Setelah menyusun timeline, penulis dan tim mulai melakukan brainstorming untuk mengembangkan ide serta mencari referensi dalam merancang media promosi dan identitas visual. Penulis juga menentukan big idea, tiga keyword utama, serta konsep yang mencerminkan karakter brand Kebab Turki Ilhami. Selanjutnya, penulis menyusun moodboard, key visual, dan sketsa untuk seluruh media yang akan dibuat. Selama proses Ideate ini, penulis dan tim juga secara

berkala mengirimkan progress kepada pemilik UMKM dan dosen pembimbing untuk mendapatkan masukan serta arahan dari mereka.

4. Prototype, Maret - Mei : Selanjutnya, penulis dan tim mulai merancang mockup dari desain yang telah dibuat serta mencetak prototipe kemasan dan media kolateral lainnya. Setelah itu, tim mempresentasikan hasil tersebut kepada pemilik UMKM untuk mendapatkan feedback. Jika terdapat aspek yang perlu diperbaiki, tim akan melakukan revisi untuk memastikan hasil akhir yang lebih optimal.
5. Test, Juni : Pada tahap terakhir, tim mempresentasikan hasil akhir dari seluruh perancangan yang telah dikerjakan. Setelah mendapatkan persetujuan akhir, desain yang telah difinalisasi siap untuk diimplementasikan dalam berbagai media promosi. Selanjutnya, seluruh elemen visual yang telah dibuat mulai diperkenalkan kepada masyarakat, baik melalui platform digital maupun media fisik, untuk meningkatkan visibilitas dan daya tarik brand Kebab Turki Ilhami.

### 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 Desa Medang sebagai *Social Media Designer*.

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	4		
Empathy	Mengidentifikasi masalah																						
	Interview dan observasi																						
	Studi Referensi																						
Define	Mengolah Data																						
	Penentuan Media																						



			<p>sebelum wawancara pemilik UMKM</p> <p>b. Setelah melakukan riset, penulis dan tim mengumpulkan informasi-informasi yang ada kemudian Menyusun pertanyaan interview</p>
2.	1 - 2 (3 Februari - 14 Februari 2025)	Melakukan Interview dan observasi	<p>a. Melakukan interview untuk mengenal brand dan mengetahui permasalahan desain yang dialami</p> <p>b. Melakukan observasi untuk melihat kondisi social di desa Medang</p>
3.	2 - 4 (10 Februari – 28 Februari 2025)	Studi Referensi	<p>a. Melakukan studi referensi untuk mendapatkan informasi-informasi tambahan secara <i>online</i></p>
4.	3 – 4 (17 Februari – 28 Februari 2025)	Mengolah data	<p>a. Mengolah data yang telah didapatkan dari <i>interview</i>, observasi, dan studi referensi</p> <p>b. Menyusun <i>Pitchdeck</i> berdasarkan data yang didapat</p> <p>c. Menentukan SWOT dan 7P yang dimiliki UMKM Kebab Turki Ilhami</p>

4.	3 - 4 (17 Februari-28 Februari 2025)	Penentuan Media	<ul style="list-style-type: none"> <li>a. Menentukan permasalahan yang dialami dan media apa saja yang bisa dikembangkan</li> <li>b. Mempresentasikan hasil <i>pitchdeck</i> kepada dosen pembimbing</li> <li>c. Mempresentasikan hasil <i>pitchdeck</i> kepada pemilik UMKM</li> </ul>
5.	5 - 7 (3 Maret – 21 Maret 2025)	Melakukan Tahapan Ideasi untuk perancangan media media promosi, identitas, fotografi produk, dan <i>social media design</i>	<ul style="list-style-type: none"> <li>a. Melakukan <i>brainstorming</i>, <i>mindmapping</i>, <i>keywords</i>, <i>big idea</i>, <i>stylescape</i> untuk menentukan <i>look and feel</i> terhadap Kebab Turki Ilhami</li> <li>b. Asistensi mengenai progress ideasi tersebut terhadap dosen pembimbing dan pemilik UMKM</li> </ul>
6.	6 - 8 (10 Maret – 28 Maret 2025)	Melaksanakan perancangan identitas visual	<ul style="list-style-type: none"> <li>a. Melakukan sketsa beberapa alternatif logo brand</li> <li>b. Asistensi alternatif logo brand tersebut kepada pemilik UMKM</li> </ul>

			<ul style="list-style-type: none"> <li>c. Melakukan finalisasi logo yang terpilih</li> <li>d. Membuat GSM untuk Kebab Turki Ilhami</li> </ul>
7.	10 - 11 (7 April – 18 April 2025)	Melakukan fotografi produk	<ul style="list-style-type: none"> <li>a. Mencari referensi foto produk</li> <li>b. Menentukan komposisi dan property yang diperlukan untuk foto produk</li> <li>c. Melakukan <i>photoshoot</i> produk kebab</li> <li>d. Melakukan <i>editing</i> dan <i>color grading</i> terhadap foto produk</li> </ul>
8.	10 – 13 (7 April – 2 Mei 2025)	Melakukan perancangan media promosi	<ul style="list-style-type: none"> <li>a. Mencari referensi desain feeds</li> <li>b. Melakukan sketsa desain feeds</li> <li>c. Mendesain template feeds</li> </ul>
9.	13 – 16 (28 April – 30 Mei 2025)	Melakukan perancangan <i>collateral design</i>	<ul style="list-style-type: none"> <li>a. Survey jenis-jenis bahan kemasan</li> <li>b. Menentukan bahan kemasan yang akan dipakai</li> <li>c. Melakukan sketsa <i>packaging design</i></li> <li>d. Asistensi sketsa kepada pemilik UMKM</li> <li>e. Finalisasi desain</li> </ul>

			f. Mulai mencetak desain sebagai sample
10.	17 – 18 (2 Juni – 13 Juni 2025)	Presentasi design kepada pemilik UMKM	<ul style="list-style-type: none"> <li>a. Presentasi <i>final design</i> dari perancangan media identitas, promosi dan <i>collateral design</i> kepada pemilik UMKM dan dosen pembimbing</li> <li>b. Mendapatkan <i>feedback</i> dari pemilik UMKM dan dosen pembimbing</li> <li>c. Melakukan evaluasi terhadap <i>feedback</i> yang diterima</li> </ul>
11.	17 – 20 (2 Juni – 25 juni 2025)	Mengerjakan laporan final MBKM Proyek Desa	a. Menyelesaikan laporan MBKM Proyek Desa

# UMMN

UNIVERSITAS  
MULTIMEDIA  
NUSANTARA