

BAB III

PENYUSUNAN PELAKSANAAN KEGIATAN MBKM

3.1 Waktu dan Tempat Pelaksanaan

Program MBKM Cluster Proyek Desa dilaksanakan di dua lokasi, yakni Desa Panongan dan POKDARWIS Medang. Program ini berjalan selama 4 hingga 5 bulan, dimulai pada 3 Februari dan berakhir pada 11 Juni 2025. Dalam pelaksanaannya, setiap kelompok akan mendampingi tiga UMKM, di mana masing-masing anggota bertanggung jawab terhadap satu UMKM, sementara anggota lainnya tetap berkolaborasi dalam menyelesaikan berbagai proyek kecil tambahan.

Tabel 3.1 Tabel Waktu dan Tempat Pelaksanaan Cluster MBKM Proyek Desa

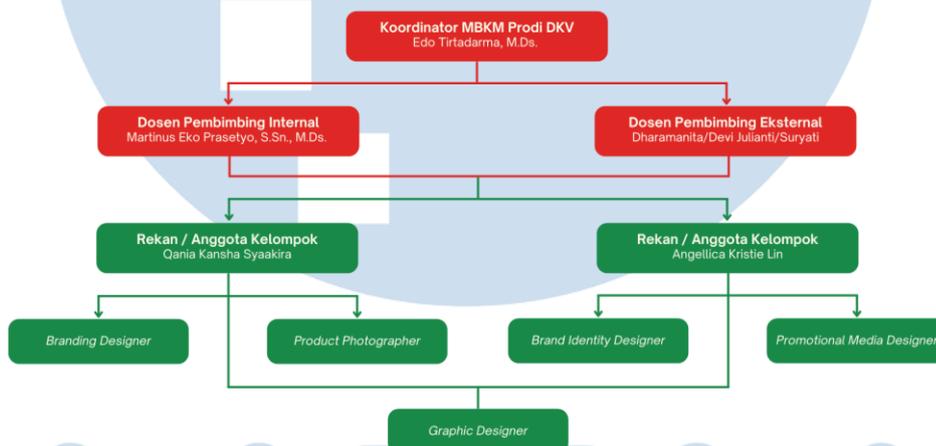
Nama Desa	:	Desa Panongan	POKDARWIS Medang
Lokasi Desa	:	PG8J+M2X, Jl. Raya Panongan, Panongan, Kec. Panongan, Kabupaten Tangerang, Banten 15710	PJJ8+M6P, Jl, Raya Kelurahan Medang, Medang, Kec. Pagedangan, Kabupaten Tangerang, Banten 15334
Area/Wilayah Desa		<ul style="list-style-type: none">- Sebelah Utara: Desa Ciakar- Sebelah Timur: Desa Serdang Kulon- Sebelah Selatan: Desa Rancakalapa- Sebelah Barat: Desa Kaduagung-Tigaraksa	<ul style="list-style-type: none">- Sebelah Utara: Desa Curug Sangereng- Sebelah Timur: Desa Cihuni- Sebelah Selatan: Desa Cijantra- Sebelah Barat: Desa Bojong Nangka
Provinsi	:	Banten	
Tanggal Pelaksanaan Proyek Desa	:	3 Februari 2025 – 11 Juni 2025	

Durasi Program (Bulan)	:	5 Bulan
------------------------	---	---------

Desa Panongan dan POKDARWIS Medang sama-sama terletak di Kabupaten Tangerang, Provinsi Banten, dengan lokasi strategis yang dikelilingi oleh desa-desa lain. Keduanya menjadi wilayah pelaksanaan program desa yang berlangsung selama lima bulan, sejak Februari hingga Juni 2025.

3.2 Peta Peran Pelaksana Program Proyek Desa

Dalam pelaksanaan program MBKM Cluster Proyek Desa, tim penulis membagi tugas dan peran masing-masing anggota guna memastikan proses perancangan berjalan dengan efektif dan terstruktur. Pembagian peran ini dapat diilustrasikan melalui skema hierarki sebagai berikut.



Gambar 3.1 Bagan Kedudukan Pelaksana Tim MBKM Proyek Desa

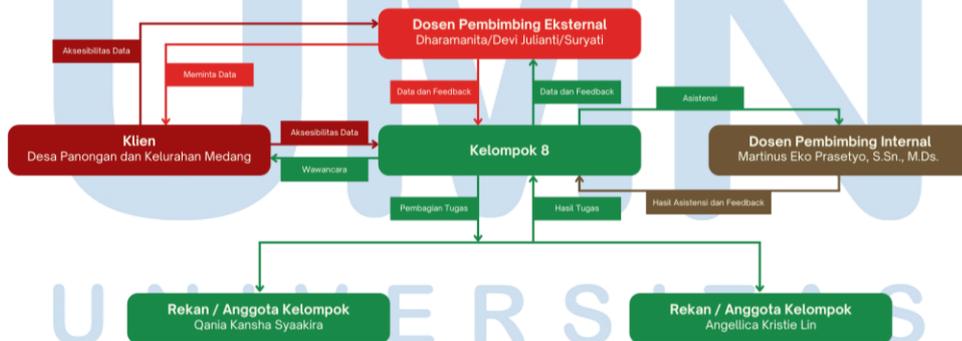
Berdasarkan skema hierarki di atas, setiap anggota tim memiliki peran dan tanggung jawabnya masing-masing. Berikut adalah pembagian peran dan deskripsi tugas setiap anggota dalam program MBKM Cluster Proyek Desa:

1. Qania Kansha Syaakira, *Branding Designer & Product Photographer*: Bertanggung jawab dalam merancang konsep *branding* untuk UMKM. Tugas yang dilakukan mencakup pembuatan slogan, logo, dan elemen visual lainnya yang mendukung identitas merek, serta menghasilkan konten *branding* yang menonjolkan keunikan UMKM. Selain itu, dilakukan perencanaan dan pelaksanaan sesi pemotretan produk dengan memperhatikan pencahayaan, sudut, dan penataan agar visual yang dihasilkan tetap

konsisten. Hasil foto kemudian melalui proses penyuntingan untuk meningkatkan kualitas visual, termasuk koreksi warna, penghapusan latar belakang, dan penyempurnaan gambar.

2. Angellica Kristie Lin, *Visual Identity and Promotional Media Designer*: Berfokus pada perancangan media promosi seperti poster, brosur, dan konten media sosial untuk UMKM. Identitas visual dan desain kemasan produk lokal turut dikembangkan, serta dibuat pedoman *branding* yang dapat membantu warga desa dalam memahami dan menerapkan strategi *branding* untuk memperkuat identitas merek mereka. Kolaborasi antara kedua peran ini dilakukan untuk memastikan konsistensi visual di seluruh media promosi yang digunakan.

Ada pula alur koordinasi yang dilakukan dengan dosen pembimbing internal maupun eksternal sebagai bagian dari alur kerja. Tim MBKM Cluster Proyek Desa terdiri dari Qania Kansha Syaakira dan Angellica Kristie Lin. Pada tahap awal, Kelompok 8 mengajukan permohonan kepada Dosen Pembimbing Eksternal untuk mendampingi kedua anggota tim dalam melakukan kunjungan ke Desa Panongan dan Kelurahan Medang. Kunjungan ini bertujuan untuk memperoleh aksesibilitas informasi serta data yang diperlukan dari kedua wilayah tersebut.



Gambar 3.2 Alur Koordinasi Tim Proyek Desa

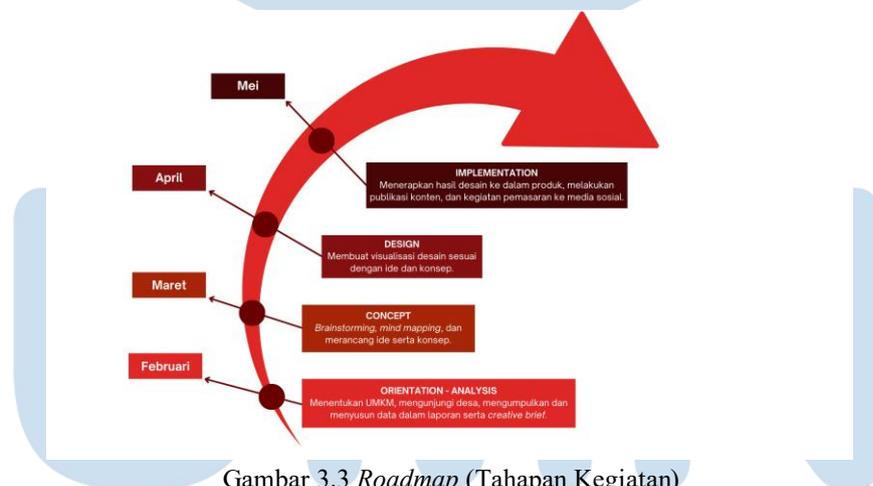
Dalam pelaksanaan proyek, tim penulis merancang pembagian tugas yang mencakup identitas visual, media promosi, serta fotografi produk. Perancangan ini ditujukan untuk Dosen Pembimbing Eksternal sekaligus pelaku

UMKM yang menjadi fokus program. Hasil rancangan yang telah disusun akan didiskusikan dengan Dosen Pembimbing Eksternal guna memperoleh evaluasi dan masukan yang relevan.

Setelah menyelesaikan tahap asistensi dan perancangan, tim penulis akan mempresentasikan hasil desain kepada Dosen Pembimbing Eksternal untuk mendapatkan arahan serta saran perbaikan. Selain itu, tim penulis juga melaporkan progres dan laporan perancangan kepada Dosen Pembimbing Internal. Proses koordinasi ini akan dilakukan secara berkelanjutan hingga seluruh pihak terkait memberikan persetujuan atas hasil akhir perancangan.

3.3 Tahapan Pelaksanaan Program

Dalam pelaksanaan program MBKM Cluster Proyek Desa, metode perancangan yang digunakan mengacu pada tahapan menurut Robin Landa, yaitu *orientation, analysis, concept, design, dan implementation*. Tahapan ini akan dilaksanakan secara bertahap dari Februari hingga Mei 2025 sebagai kerangka kerja dalam pengerjaan.



Gambar 3.3 Roadmap (Tahapan Kegiatan)

Metode tahapan perancangan desain menurut Robin Landa ini akan diuraikan dalam kegiatan berikut:

1. Tahap *Orientation – Analysis*, Februari 2025: Pada tahap ini, tim penulis menentukan UMKM yang menjadi fokus proyek, yaitu Sister Dimsum, Dapur Geni Jogja Jogja, dan Goorich. UMKM Sister Dimsum dan Goorich berlokasi di Desa Panongan, sementara Dapur Geni Jogja Jogja

merupakan bagian dari POKDARWIS Medang. Untuk memahami kondisi serta permasalahan yang dihadapi UMKM, dilakukan pengumpulan informasi awal melalui kunjungan langsung ke desa dan observasi mendalam. Data yang diperoleh kemudian dianalisis untuk mengidentifikasi batasan masalah serta merumuskan solusi desain yang dapat diterapkan. Hasil analisis ini selanjutnya disusun dalam bentuk laporan dan *creative brief* sebagai dasar pengembangan konsep desain.

2. Tahap *Concept*, Maret 2025: Pada tahap ini, tim penulis melakukan *brainstorming* guna mengeksplorasi berbagai solusi desain yang potensial. Konsep desain mulai dirancang melalui *mind mapping* dan perumusan *big idea* yang menjadi dasar pengembangan ide kreatif. Selain itu, berbagai referensi visual dikumpulkan untuk menentukan gaya dan estetika desain yang sesuai dengan karakteristik UMKM yang menjadi fokus proyek.
3. Tahap *Design*, April 2025: Memasuki tahap desain, tim penulis mulai merealisasikan konsep yang telah dikembangkan menjadi visualisasi desain yang lebih konkret. Desain dikembangkan secara detail dengan memperhatikan elemen-elemen seperti tipografi, supergrafis, gambar/foto, serta elemen visual lainnya. Proses ini dilakukan secara kolaboratif sesuai dengan peran dan tanggung jawab masing-masing anggota tim guna memastikan hasil yang optimal.
4. Tahap *Implementation*, Mei 2025: Pada tahap akhir, desain yang telah dibuat diterapkan ke dalam produk, diikuti dengan proses publikasi konten serta strategi pemasaran melalui media sosial. Implementasi ini bertujuan untuk memastikan desain yang dikembangkan dapat dioptimalkan dan memberikan manfaat nyata bagi UMKM yang terlibat dalam proyek ini.

3.4 Timeline dan Uraian Tugas dalam Kegiatan MBKM

3.4.1 Timeline Program MBKM Proyek Desa

Dalam pelaksanaan program MBKM Cluster Proyek Desa, diperlukan perencanaan pelaksanaan yang efisien agar hasil sesuai dengan

harapan. Maka dari itu, tim penulis membuat *timeline* selama masa pelaksanaan dengan menerapkan tahapan *design process*.

Tabel 3.2 Tabel *Timeline* MBKM Proyek Desa

Kegiatan		Waktu				FEBRUARI				MARET				APRIL				MEI			
		1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4				
Orientation	Riset Daring																				
	Riset Luring dan pengambilan aset foto, video, serta fotografi produk																				
Analysis	Perlengkapan Data																				
	Identifikasi masalah																				
	Pembuatan Creative Brief																				
Concept	Brainstorming																				
	Mind mapping																				
	Penentuan Konsep																				
	Penyusunan Moodboard																				
Design	Visualisasi																				
Implementation	Finalisasi																				
	Publikasi																				

Tabel timeline ini menggambarkan alur pelaksanaan proyek MBKM Desa secara runtut, mulai dari tahap orientasi hingga implementasi. Setiap kegiatan dirancang saling berkesinambungan untuk memastikan

efisiensi waktu dan pencapaian tujuan program secara maksimal. Penyusunan jadwal ini juga membantu pengelolaan waktu agar setiap tahap berjalan sesuai rencana.

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 Panongan dan POKDARWIS Medang sebagai *Visual Identity and Promotional Media Designer*.

Tabel 3.3 Tabel Tahapan Kegiatan Proyek Desa

NO	MINGGU	PROYEK/KEGIATAN	KETERANGAN
1	1 (3-7 Februari 2025)	Proses mengumpulkan dan melengkapi riset data.	<ul style="list-style-type: none"> • <i>Approach</i> UMKM yang sudah dipilih dan riset melalui beberapa platform media sosial yang dimiliki oleh UMKM tersebut. • Membuat grup bersama UMKM dan berdiskusi. • Melakukan riset mendalam.
2	2 (10-14 Februari 2025)	Proses mengumpulkan, mengambil aset dan video, fotografi produk UMKM, serta melengkapi riset data.	<ul style="list-style-type: none"> • Pertemuan <i>online</i> dengan UMKM Goorich, membahas permasalahan yang dialami. • Kunjungan dan keliling ke Desa Panongan. • Pertemuan <i>offline</i> dengan UMKM Goorich untuk wawancara lebih lanjut. • Melakukan analisis untuk melengkapi data yang dibutuhkan.
3	3		<ul style="list-style-type: none"> • Kunjungan dan keliling ke Kelurahan Medang.

	(17-21 Februari 2025)		<ul style="list-style-type: none"> • Foto produk untuk UMKM Sister Dimsum Tangerang. • Melanjutkan riset mendalam dan analisis untuk melengkapi data yang dibutuhkan. • Mulai mengidentifikasi masalah dan membuat <i>creative brief</i>. • Foto produk untuk UMKM Dapur Geni Jogja Jogja.
4	4 (24-28 Februari 2025)		<ul style="list-style-type: none"> • Melanjutkan riset mendalam dan analisis untuk melengkapi data yang dibutuhkan. • Melanjutkan identifikasi masalah dan pembuatan <i>creative brief</i>.
5	5 (3-7 Maret 2025)		<ul style="list-style-type: none"> • Foto produk untuk UMKM Goorich. • Foto produk untuk UMKM Sister Dimsum Tangerang. • Melanjutkan riset mendalam dan analisis untuk melengkapi data yang dibutuhkan. • Melanjutkan identifikasi masalah dan pembuatan <i>creative brief</i>. • Kunjungan dan wawancara kepada UMKM Dapur Geni Jogja Jogja.
6	6	Proses pembuatan sketsa logo dan maskot.	<ul style="list-style-type: none"> • Membuat sketsa logo untuk UMKM Sister Dimsum

	(10-14 Maret 2025)		<p>Tangerang, Goorich, dan Dapur Geni Jogja Jogja.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Membuat sketsa maskot untuk UMKM Sister Dimsum Tangerang dan Goorich.
7	7 (17-21 Maret 2025)	Digitalisasi logo dan perancangan supergrafis.	<ul style="list-style-type: none"> • Mendigitalisasi logo dan maskot yang sudah disetujui. • Membuat aset visual dan supergrafis.
8	8 (24-28 Maret 2025)	Proses pembuatan GSM dan perancangan key visual.	<ul style="list-style-type: none"> • Membuat <i>Graphic Standards Manual</i> (GSM). • Merancang <i>key visual</i>.
9	9 (7-11 April 2025)	Proses perancangan dieline packaging dan layout katalog.	<ul style="list-style-type: none"> • Merancang <i>dieline</i> packaging untuk UMKM Sister Dimsum Tangerang, Goorich, dan Dapur Geni Jogja Jogja. • Membuat <i>layout</i> katalog produk UMKM.
10	10 (14-17 April 2025)	Proses finalisasi packaging, layout katalog, dan pembuatan media collateral.	<ul style="list-style-type: none"> • Finalisasi packaging untuk UMKM Sister Dimsum Tangerang, Goorich, dan Dapur Geni Jogja Jogja. • Finalisasi layout katalog produk UMKM. • Membuat media collateral.
11	11 (21-25 April 2025)	Pembuatan content planning, proses perancangan media promosi digital dan <i>print media</i> .	<ul style="list-style-type: none"> • Pembuatan <i>content planning</i> untuk platform media sosial UMKM.

			<ul style="list-style-type: none"> • Merancang konten untuk media promosi digital di Instagram (Feed, Story, Reels). • Merancang media promosi <i>print media</i>, seperti banner, spanduk, poster, dan lain-lain.
12	12 (28-30 April, 2 Mei 2025)	Melanjutkan perancangan media promosi digital dan <i>print media</i> .	<ul style="list-style-type: none"> • Melanjutkan perancangan konten untuk media promosi digital di Instagram (<i>Feed, Story, Reels</i>). • Melanjutkan perancangan media promosi media cetak, seperti banner, spanduk, poster, dan lain-lain.
13	13 (5-9 Mei 2025)	Finalisasi identitas visual dan melanjutkan perancangan media promosi digital dan <i>print media</i> .	<ul style="list-style-type: none"> • Finalisasi perancangan identitas visual UMKM. • Melanjutkan perancangan konten untuk media promosi digital dan <i>print media</i> untuk dipublikasi.
14	14 (13-16 Mei 2025)	Finalisasi media promosi digital dan <i>print media</i> , serta publikasi identitas visual.	<ul style="list-style-type: none"> • Finalisasi perancangan konten untuk media promosi digital dan <i>print media</i> untuk dipublikasi. • Publikasi identitas visual dengan memperkenalkan UMKM.
15	15 (19-23 Mei 2025)	Publikasi media promosi digital dan <i>print media</i> .	<ul style="list-style-type: none"> • Publikasi konten untuk media promosi digital dan <i>print media</i> untuk dipublikasi.

Rangkaian tahapan mingguan tersebut menggambarkan proses kerja yang penulis jalani selama program MBKM berlangsung, mulai dari riset, pengumpulan aset, analisis permasalahan, hingga perancangan dan publikasi media promosi. Setiap tahap dirancang untuk memberikan kontribusi nyata dalam mendukung pengembangan identitas visual UMKM mitra, sekaligus menjadi sarana pembelajaran dan pengembangan kemampuan desain secara langsung di lapangan.

