BAB III

PENYUSUNAN PELAKSANAAN KEGIATAN MBKM

3.1 Waktu dan Tempat Pelaksanaan

MBKM Cluster Proyek Desa merupakan program yang dirancang dengan jadwal terstruktur untuk memastikan pelaksanaannya berjalan efektif dan sesuai prosedur. Setiap tim bertanggung jawab mendampingi tiga UMKM di Kelurahan Medang, guna memperdalam pemahaman mahasiswa dalam pengelolaan usaha serta berkontribusi pada pengembangan ekonomi lokal. Program ini berlangsung selama enam bulan, dari Januari hingga Juni 2024. Dengan melibatkan tiga UMKM, mahasiswa berkesempatan mengimplementasikan strategi branding dan desain sesuai kebutuhan bisnis mitra. Program ini dijalankan oleh tim yang terdiri dari Graciell Syallom Zefanya Tjandra, Joseline Anabela Hamsyah, dan Deborah Kusendarwati Sulistio. Setiap anggota memiliki tugas dan *job-description* yang disesuaikan dengan keahlian masing-masing.

Tabel 3.1 Tabel Waktu dan Tempat Pelaksanaan Cluster MBKM Proyek Desa

Nama Desa	:	Kelurahan Medang
Lokasi Desa	:	Kelurahan Medang, Medang, Kecamatan Pagedangan, Kabupaten Tangerang, Banten 15334
Area/Wilayah Desa	:	Kabupaten Tangerang
Provinsi	:	Banten
Tanggal Pelaksanaan Proyek Desa	:	21 Januari 2025 s/d 25 Juni 2025
Durasi Program (Bulan)	:	6 Bulan

3.1.1 Waktu Pelaksanaan

Pelaksanaan Program MBKM Cluster Proyek Desa berlangsung selama satu semester, dimulai pada 21 Januari 2025 hingga 25 Juni 2025, dengan durasi enam bulan. Kegiatan ini dijadwalkan lima hari dalam seminggu, dari Senin hingga Jumat, dengan jam kerja sembilan jam per hari,

yakni pukul 08.00–18.00 WIB, termasuk waktu istirahat dari pukul 12.00–13.00 WIB, hingga total 640 jam. Program ini bertujuan untuk memberikan solusi atas permasalahan desain UMKM melalui kerja kelompok di Kelurahan Medang. Dalam pelaksanaannya, *advisor daily task* dikerjakan dalam durasi 3–5 jam per hari, sementara pemetaan kebutuhan disesuaikan dengan penyusunan laporan Cluster MBKM. *Advisor daily task* sendiri memiliki beban 207 jam sebagai syarat mengikuti sidang evaluasi kedua dalam program MBKM Proyek Desa.

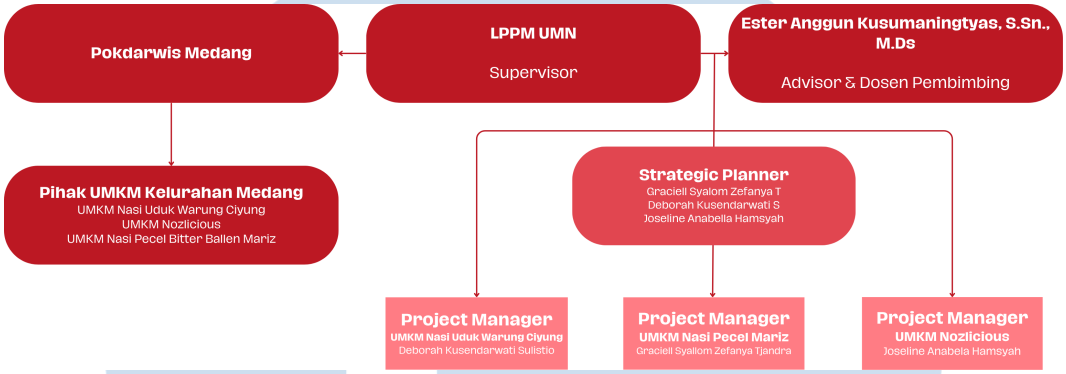
3.1.2 Tempat Pelaksanaan

Pelaksanaan MBKM Cluster Proyek Desa berlokasi di Kelurahan Medang, Kecamatan Pagedangan, Kabupaten Tangerang, dengan bimbingan Pokdarwis Medang. Setiap tim bertanggung jawab atas tiga UMKM yang ditentukan oleh dosen koordinator. Tim pelaksana penulis sendiri ditugaskan untuk mendampingi Nasi Uduk Warung Ciyung, Nozlicious, dan Nasi Pecel Bitter Ballen Mariz. Nasi Pecel Mariz merupakan UMKM binaan Pokdarwis Medang yang berlokasi di Jl. Lestari Indah Raya No.17, RT.4/RW.7, Medang, Kec. Pagedangan, Kabupaten Tangerang, Banten. Didirikan oleh Ibu Penny dan Bapak Sundaji pada 2020 setelah terdampak pandemi, usaha ini menyajikan nasi pecel sebagai menu utama dengan cita rasa khas Jawa Tengah dan Jawa Timur. Meskipun memiliki lokasi fisik, Nasi Pecel Mariz lebih mengandalkan penjualan *online* melalui WhatsApp, GoFood, GrabFood, dan ShopeeFood karena tidak menyediakan area makan di tempat.

3.2 Peta Peran Pelaksana Program Proyek Desa

Skema hierarki dalam MBKM Cluster Proyek Desa disusun secara sistematis guna memastikan setiap anggota memiliki tanggung jawab yang jelas. Setiap kelompok diwajibkan menyusun skema hierarki yang membantu koordinasi antar anggota, sehingga kegiatan MBKM Cluster Proyek Desa dapat berjalan sesuai prosedur. Dalam skema ini, setiap anggota memiliki peran spesifik yang mendukung pemberdayaan serta pelestarian UMKM mitra. Rincian mengenai

struktur hierarki dalam tim pelaksana MBKM Cluster Proyek Desa dijelaskan pada skema berikut:



Gambar 3.1 Bagan Kedudukan Pelaksana Tim MBKM Proyek Desa

Dalam skema hierarki kedudukan tim MBKM Cluster Proyek Desa, para anggota kelompok bertanggung jawab kepada pihak supervisor dan advisor selama pelaksanaan program berlangsung.

1. LPPM UMN yang berperan sebagai *supervisor* menjadi penanggung jawab atas proyek dan pengawas atas segala kegiatan yang dilakukan oleh anggota kelompok. *Supervisor* memiliki tugas untuk mengawasi segala tahapan perancangan yang dilakukan oleh mahasiswa peserta MBKM Cluster Proyek Desa hingga solusi desain yang dihasilkan.
2. Ester Anggun Kusumaningtyas, S.Sn., M.Ds. yang berperan sebagai *advisor* atau pembimbing internal memiliki tugas untuk membimbing mahasiswa peserta MBKM Cluster Proyek Desa terkait hal penelitian dan penulisan laporan perancangan. Selain membimbing mahasiswa dalam penulisan laporan perancangan, *advisor* juga memiliki tugas untuk memberikan arahan dan masukan untuk hasil karya desain yang dirancang oleh mahasiswa agar desain dapat menjadi sebuah hasil karya yang layak dan memenuhi tujuan pilar DKV.
3. Ketiga UMKM, yaitu Nasi Uduk Warung Ciyung, Nozlicious, dan Nasi Pecel Bitter Ballen Mariz, berperan sebagai Pembimbing

Eksternal yang turut mengevaluasi proyek yang dijalankan mahasiswa, sebagai bagian dari kriteria penilaian MBKM Proyek Desa.

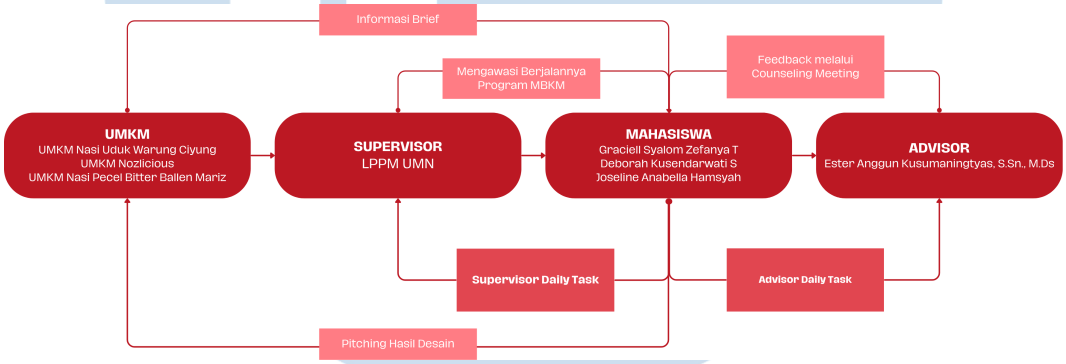
Setiap kelompok terdiri dari tiga anggota, di mana masing-masing bertindak sebagai *Project Manager* untuk satu dari tiga UMKM yang telah ditetapkan. *Project Manager* bertanggung jawab dalam menjalankan strategi perancangan kebutuhan masing-masing UMKM dalam program Cluster MBKM Proyek Desa, dengan rincian sebagai berikut:

1. Graciell Syallom Zefanya Tjandra, *Project Manager* Perancangan Identitas Visual UMKM Nasi Pecel Mariz:

   Bertanggung jawab atas pengembangan logo, GSM, fotografi produk, dan desain kemasan untuk menjaga konsistensi identitas visual. Ia juga mengelola desain *media collateral*, termasuk menu, *signage*, spanduk, materi *broadcast* WhatsApp, serta tampilan di GoFood, GrabFood, dan Instagram**.** Dengan begitu, ia perlu mengubungi dan berkoordinasi dengan pihak UMKM guna memastikan strategi branding yang tepat serta mengoptimalkan pemasaran digital agar produk lebih dikenal luas. Selain itu, ia juga turut melakukan wawancara terkait data statistik di Kelurahan Medang.
2. Joseline Anabela Hamsyah, *Project Manager* Perancangan Identitas Visual UMKM Nozlicious:

   Mengemban tugas dalam merancang logo, GSM, fotografi produk, serta desain kemasan untuk memastikan identitas visual tetap selaras. Selain itu, ia mengurus desain *media collateral* seperti menu, materi promosi WhatsApp, dan tampilan di Instagram. Untuk mendukung keberhasilan strategi *branding*, ia juga berkoordinasi dengan pihak UMKM dalam mengoptimalkan pemasaran digital agar produk semakin dikenal. Selain itu, ia juga menghubungi Kepala Desa untuk melakukan wawancara terkait Kelurahan Medang.
3. Deborah Kusendarwati Sulistio, *Project Manager* Perancangan Identitas Visual UMKM Nasi Uduk Warung Ciyung:

Bertugas dalam pengembangan logo, GSM, fotografi produk, dan desain kemasan untuk memastikan identitas visual tetap konsisten. Selain itu, ia mengelola desain *media collateral*, termasuk menu, spanduk, materi promosi WhatsApp, serta tampilan di GoFood, GrabFood, dan Instagram. Agar strategi *branding* berjalan optimal, ia juga berkoordinasi dengan pihak UMKM untuk meningkatkan pemasaran digital dan memperluas jangkauan produk. Selain itu, ia juga turut melakukan wawancara terkait data statistik di Kelurahan Medang.

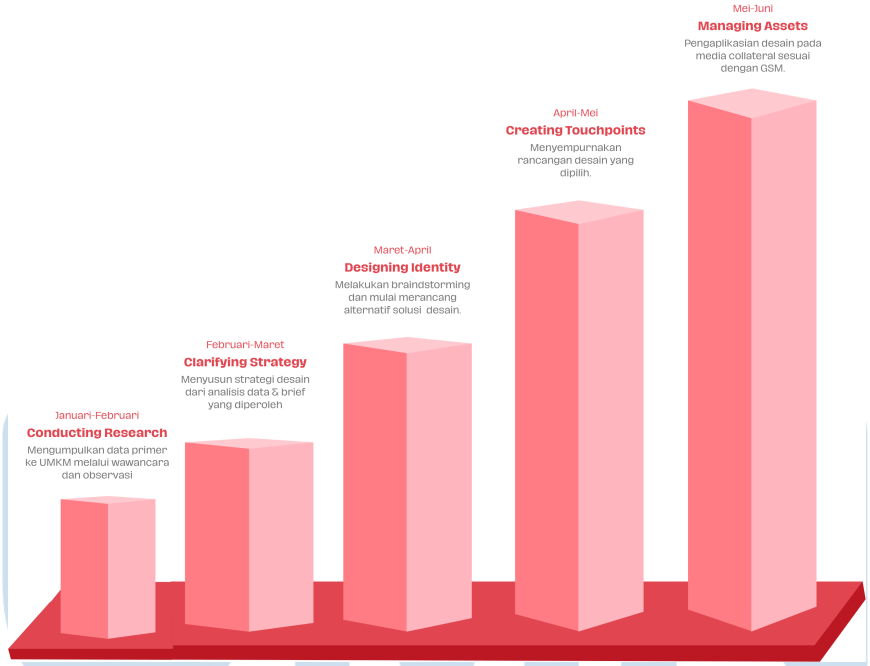


Gambar 3.2 Alur Koordinasi Tim Proyek Desa

Tim MBKM Cluster Proyek Desa memiliki struktur kerja yang jelas untuk memastikan kelancaran program. *Supervisor* LPPM UMN bertanggung jawab atas keseluruhan program, sementara dosen pembimbing internal sekaligus *advisor*, Ester Anggun Kusumaningtyas, S.Sn., M.Ds., membimbing penyusunan laporan dan strategi desain. Dosen pembimbing eksternal dari LPPM UMN mengawasi jalannya proyek melalui *supervisor daily task*, sedangkan mitra UMKM, seperti Bapak Sundaji dari Nasi Pecel Mariz, mengevaluasi desain yang dihasilkan. Alur kerja dimulai dengan UMKM memberikan brief dan permasalahan kepada tim pelaksana untuk dikaji dan diterjemahkan ke dalam solusi desain. Setelah itu, tim berkonsultasi dengan dosen pembimbing internal untuk mendapatkan arahan dan revisi agar desain sesuai dengan prinsip DKV. Sepanjang proses, LPPM UMN berperan sebagai *supervisor* yang mengawasi kesesuaian proyek dengan prosedur dan tujuan. Hasil akhir desain kemudian diberikan kepada UMKM untuk diproduksi dan digunakan dalam strategi branding serta pemasaran.

3.3 Tahapan Pelaksanaan Program

Pelaksanaan program MBKM Cluster Proyek Desa mengadaptasi metode perancangan identitas visual berdasarkan buku Designing Brand Identity karya Alina Wheeler (2018). Proses ini terdiri dari lima tahap utama, yaitu *conducting research* (melakukan penelitian), *clarifying strategy* (memperjelas strategi), *designing identity* (merancang identitas), *managing assets* (mengelola aset), dan *creating touchpoints* (menciptakan titik poin). Metode ini diterapkan dalam perancangan identitas visual untuk UMKM Nasi Pecel Mariz, dengan menyesuaikan setiap tahapan sesuai kebutuhan masing-masing. Pendekatan yang terstruktur ini memastikan strategi *branding* yang efektif, mulai dari analisis strategi hingga implementasi elemen desain dalam berbagai media.



Gambar 3.3 Contoh *Roadmap* Tahapan Kegiatan menurut Alina Wheeler

Berikut merupakan gambaran setiap tahapan beserta waktu pelaksanaannya:

1. *Conducting Research* (Januari – Februari): Pada tahap ini, dilakukan riset untuk mengumpulkan berbagai data terkait mitra UMKM Nasi Pecel Mariz, termasuk sejarah usaha, segmentasi pasar, tantangan yang dihadapi, serta upaya yang telah dilakukan dalam membangun identitas

visual. Selain itu, penelitian ini juga bertujuan untuk memahami harapan pemilik usaha terhadap hasil yang diinginkan dalam program MBKM Cluster Proyek Desa. Sebagai bagian dari proses pengumpulan data, penulis melaksanakan wawancara dengan Bapak Sundaji dan Ibu Penny, pemilik UMKM Nasi Pecel Mariz, pada 11 Februari 2025, juga observasi guna memperoleh informasi yang relevan untuk perancangan identitas visual.

2. *Clarifying Strategy* (Februari – Maret): Melakukan *brainstorming* guna merumuskan permasalahan utama berdasarkan data yang telah dikumpulkan dari hasil wawancara dengan UMKM Nasi Pecel Mariz. Proses ini mencakup penyusunan strategi berdasarkan permasalahan dan harapan pemilik usaha, dengan mempertimbangkan prinsip desain dalam tiga pilar DKV serta menentukan pendekatan desain yang paling sesuai. Setelah melalui tahap analisis, disimpulkan bahwa fokus utama perancangan adalah membangun identitas visual yang kuat, mengingat UMKM ini belum memiliki *brand image* yang dapat merepresentasikan karakter dan nilai usahanya.
3. *Designing Identity* (Maret – April): Setelah strategi dirumuskan, perancangan identitas visual dimulai dengan menyusun *mindmap* untuk mengidentifikasi kata kunci utama yang dapat merepresentasikan karakter UMKM Nasi Pecel Mariz. *Keywords* dikembangkan menjadi moodboard sebagai panduan visual. Dari sini, dibuat alternatif logo, tipografi, warna, dan elemen visual lainnya. Pemilik UMKM diberikan beberapa opsi untuk nantinya dipilih dan diberikan masukan sebelum finalisasi desain.
4. *Creating Touchpoints* (April – Mei): Pada tahap ini, dilakukan penyempurnaan terhadap desain yang telah dikembangkan sebelumnya agar lebih sesuai dengan prinsip desain dan strategi yang telah ditetapkan. Elemen desain diterapkan ke berbagai *media collateral*, seperti kemasan produk, menu, *banner* promosi, dan media promosi

digital. Penyempurnaan desain dilakukan melalui bimbingan dengan *advisor* untuk memastikan konsistensi dan efektivitas *branding*.

5. *Managing Assets* (Mei – Juni): Seluruh elemen identitas visual dikompilasi dalam *Graphic Standard Manual* (GSM) yang berisi panduan lengkap penggunaannya. Pembuatan *prototype* media kolateral, baik cetak dan digital dilakukan untuk memastikan desain dapat diaplikasikan dengan baik, sehingga *branding* UMKM Nasi Pecel Mariz menjadi profesional dan konsisten.

3.4 Timeline dan Uraian Tugas dalam Kegiatan MBKM

Dalam pelaksanaan proyek Merdeka Belajar Kampus Merdeka (MBKM) ini, telah disadari sepenuhnya bahwa perencanaan waktu dan penetapan tenggat waktu (*deadline*) tugas merupakan aspek krusial yang tidak dapat diabaikan. Oleh karena itu, dibuat perencanaan *deadline* sebagai prioritas utama, memastikan setiap tahapan proyek memiliki alokasi waktu yang jelas dan realistis.

3.4.1 Timeline Program MBKM Proyek Desa

Berikut merupakan table rangkuman tahapan yang telah dilaksanakan selama MBKM Proyek Desa di Kelurahan Medang supaya setiap tahap perancangan desain UMKM Nasi Pecel Mariz dilakukan secara terstruktur. Pendekatan yang digunakan mengacu pada metode Alina Wheeler (2018), yang menjadi dasar dalam pengembangan strategi desain.

Tabel 3.2 Tabel *Timeline* MBKM Proyek Desa

Waktu / Kegiatan	Januari				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	1	2	3	4
Conducting Research																								
Clarifying Strategy																								
Designing Identity																								
Creating Touchpoints																								
Managing Assets																								

3.2.2 Uraian Tahapan Kegiatan MBKM

Berikut merupakan uraian tahapan kegiatan yang telah dilaksanakan oleh penulis selama menjalani MBKM Proyek Desa di Kelurahan Medang sebagai *project manager rebranding* Nasi Pecel Mariz:

Tabel 3.3 Tabel Tahapan Kegiatan Proyek Desa

No.	Minggu	Proyek/Kegiatan	Keterangan
1	11 Februari 2025	Melakukan wawancara dengan pelaku UMKM	• Wawancara dengan pelaku UMKM Nasi Pecel Mariz, yaitu Bapak Sundaji dan Ibu Penny dilakukan secara langsung di tempat Nasi Pecel Mariz di Medang pukul 07.00 pagi. • Wawancara dilakukan untuk memperoleh informasi mengenai profil, sejarah, segmentasi pasar, keunikan, serta tantangan yang dihadapi oleh UMKM Nasi Pecel Mariz.
2	12-19 Februari 2025	Menganalisis data hasil wawancara untuk merumuskan solusi yang sesuai bagi UMKM	• Menganalisis data hasil wawancara untuk mengidentifikasi permasalahan desain yang dihadapi oleh UMKM Nasi Pecel Mariz. • Dari analisis tersebut, ditentukan solusi perancangan desain yang

			sesuai berdasarkan tiga pilar DKV.
3	20 – 27 Februari 2025	Membuat presentasi *pitching* ke UMKM	• Menyusun strategi media melalui *mindmap* untuk menentukan *keywords* utama. • Mengembangkan tiga *big idea* dan tiga konsep desain sebagai alternatif. • Membuat *moodboard* dan *key visual* sebagai panduan visual. • Menyusun *pitch deck* yang mencakup: identifikasi permasalahan, solusi desain, strategi perancangan, proses *brainstorming* konsep.
4	28 Februari 2025	Melakukan *pitching* dengan UMKM	• Melakukan presentasi *pitch deck* secara langsung di lokasi Nasi Pecel Mariz pukul 16.00 WIB. • Pemilik UMKM memilih satu dari tiga alternatif *big idea* yang telah disiapkan.
5	3 – 12 Maret 2025	Merancang logo Nasi Pecel Mariz	Menghasilkan 8 sketsa logo alternatif, kemudian direvisi berdasarkan masukan dari dosen pembimbing, sehingga dibuat tambahan 8 sketsa baru.
6	13 – 20 Maret 2025	Melakukan finalisasi logo UMKM	Menyusun 3 alternatif logo final yang telah diseleksi oleh dosen

			pembimbing untuk dikembangkan dalam mini GSM, sebelum diajukan kepada pemilik UMKM Nasi Pecel Mariz**.**
7	21 – 28 Maret 2025	Mengajukan alternatif logo ke pelaku UMKM dan melakukan revisi terhadap logo	• Mengajukan tiga alternatif versi logo dengan mini GSM. • Menerima masukan dan permintaan revisi terhadap logo yang diajukan sehingga perlu penyesuaian desain berdasarkan preferensi dan kebutuhan UMKM.
8	7-11 April 2025	Memulai rancangan desain GSM	• Mengajukan sketsa dan hasil desain supergrafis • Menerima masukan untuk supergrafis dan melakukan revisi
9	14-17 April 2025	Melanjutkan desain GSM dan mulai membuat desain *packaging*	• Membuat sketsa *packaging* dan melakukan asistensi • Menerima masukan dan melaukakn revisi untuk desain *packaging*
10	21-25 April 2025	Melanjutkan desain *packaging* dan mulai membuat rancangan desain menu	• Rancangan desain menu masih menggunakan foto dari internet karena belum melakukan *photoshoot*
11	28 April – 9 Mei 2025	Melanjutkan perancangan desain untuk media *collateral*	• Merancang desain media *collateral* seperti desain menu, desain spanduk, dan *broadcast WA*

12	14-16 Mei 2025	Finalisasi desain *packaging* dan desain media kolateral	• Melakukan finalisasi desain
13	19 Mei 2025	Melakukan *photoshoot* produk UMKM di studio	• Telah mengubungi terlebih dahulu pihak-pihak UMKM dan menentukan tanggal *photoshoot* untuk menerima produk-produk yang akan difoto
14	20-23 Mei 2025	Finalisasi desain GSM beserta seluruh medianya	• Memasukkan seluruh media dengan aset foto yang sudah diedit

UMN
UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA