

BAB III

PENYUSUNAN PELAKSANAAN KEGIATAN MBKM

3.1 Waktu dan Tempat Pelaksanaan

Program MBKM *Cluster* Proyek Desa ini memiliki jadwal yang telah dirancang untuk memastikan kegiatan yang dilakukan berjalan dengan baik sesuai dengan prosedur yang telah ditetapkan. Selain itu, setiap tim pelaksana MBKM *Cluster* Proyek Desa diberikan tanggung jawab untuk memegang 3 UMKM sebagai tempat pelaksanaan kegiatan berlangsung. Hal ini guna meningkatkan pemahaman mengenai pengelolaan UMKM dan memberikan kontribusi nyata dalam pengembangan ekonomi lokal. Berikut merupakan tabel penjelasan waktu dan tempat pelaksanaan MBKM *Cluster* Proyek Desa:

Tabel 3.1 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	:	21 Januari 2025 s/d 25 Juni 2025
Durasi Program (Bulan)	:	6 Bulan

3.1.1 Waktu Pelaksanaan

Program MBKM *Cluster* Proyek Desa ini berlangsung selama 1 semester dengan rentang waktu mulai dari tanggal 21 Januari 2025 hingga 25 Juni 2025, dengan total durasi sekitar 6 bulan. Selama periode tersebut, kegiatan ini dilaksanakan selama 5 hari dalam 1 minggu, dari hari Senin hingga hari Jumat, dengan durasi kerja 9 jam per hari. Setiap harinya dimulai dari pukul 08.00 WIB hingga 18.00 WIB dengan waktu istirahat dari pukul 12.00 WIB hingga 13.00 WIB. Dengan sistem kerja ini, diwajibkan untuk memenuhi total durasi sebesar 640 jam kerja selama pelaksanaan atau sekitar

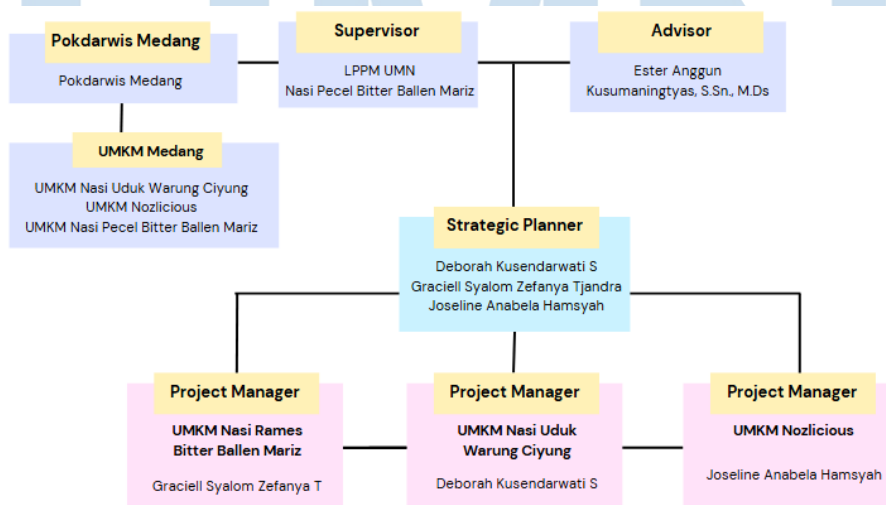
80 hari. Adapun hari-hari libur nasional yang telah ditetapkan pemerintah tidak termasuk dalam perhitungan waktu pelaksanaan.

3.1.2 Tempat Pelaksanaan

Program MBKM *Cluster* Proyek Desa ini dilaksanakan di Kelurahan Medang, Kecamatan Pagedangan, Kabupaten Tangerang, Banten, di bawah naungan Pokdarwis Medang. Setiap tim pelaksana MBKM Proyek Desa memegang 3 UMKM yang telah ditentukan oleh dosen koordinator. Adapun UMKM yang terpilih untuk tim pelaksana penulis adalah Nozlicious, Nasi Uduk Warung Ciyung, dan Nasi Pecel Rames. Nozlicious merupakan sebuah usaha kuliner yang menyediakan produknya dengan sistem *pre-order* dan distribusi secara *online*, sehingga tidak memiliki lokasi penjualan fisik. Akan tetapi, operasional usaha ini fleksibel dan dapat menerima *order* kapan saja melalui digital.

3.2 Peta Peran Pelaksana Program Proyek Desa

Setiap tim pelaksana MBKM Proyek Desa diwajibkan untuk membentuk struktur kedudukan untuk membagi tugas yang jelas antar anggota. Hal ini dilakukan untuk memastikan kegiatan dalam program MBKM *Cluster* Proyek desa dapat berjalan dengan efektif sesuai dengan prosedur yang ingin dicapai. Struktur kedudukan tim pelaksana dijabarkan melalui gambar berikut.



Gambar 3.1 Bagan Kedudukan Pelaksana Tim MBKM Proyek Desa

Dilihat dari bagan tersebut, struktur organisasi disusun berdasarkan tanggung jawab dan fungsi masing-masing pihak yang saling berkaitan. Di posisi tertinggi terdapat *supervisor* dan *advisor*. *Supervisor* diwakili oleh dua pihak, yaitu LPPM UMN dan Nasi Pecel Bitter Ballen Mariz. LPPM UMN bertugas dalam mengawasi dan memastikan MBKM *Cluster* Proyek Desa berjalan sesuai dengan rencana dengan melihat *Daily Task* yang harus diisi oleh tim pelaksana MBKM selama proses pengerjaan. Selain itu, LPPM UMN juga memfasilitasi kebutuhan koordinasi antara universitas dengan UMKM melalui Pokdarwis Medang. Sedangkan, Nasi Pecel Bitter Ballen Mariz bertugas dalam menyediakan kebutuhan administratif penting, seperti pemberian tanda tangan dan mewakili ketiga UMKM.

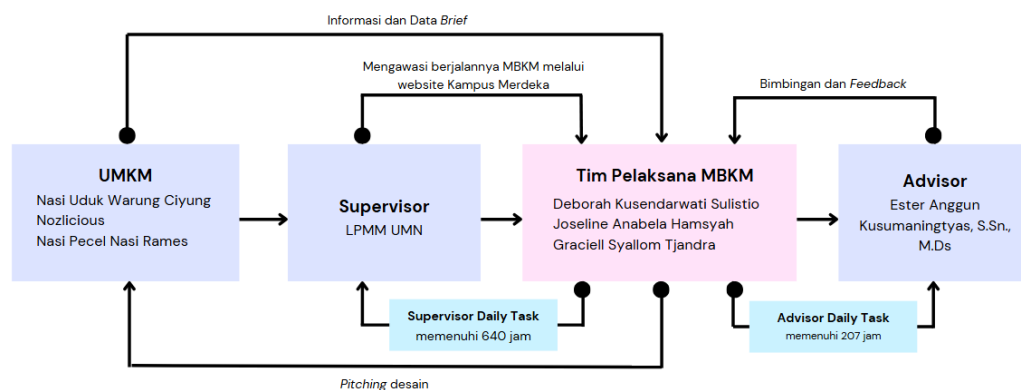
Advisor bertugas untuk melakukan pengawasan secara akademik, seperti proses penyusunan laporan dan analisis data yang dilakukan oleh tim pelaksana MBKM. Di samping *advisor* dan *supervisor*, terdapat Pokdarwis Medang yang menghubungkan antara universitas dengan UMKM di Medang. UMKM ini terdiri dari UMKM Nasi Uduk Warung Ciyung, UMKM Nozlicious, dan UMKM Nasi Pecel Bitter Ballen Mariz. Ketiga UMKM ini berada di bawah binaan Pokdarwis Medang dan mereka memiliki peran sebagai *evaluator* dari hasil rancangan yang dilakukan oleh tim pelaksana MBKM. Mereka menilai kinerja tim dari hasil proses desain, revisi, serta implementasi strategi perancangan.

Tim pelaksana MBKM terdiri dari 3 anggota yang masing-masing memiliki tanggung jawab tersendiri sesuai peran mereka. Ketiga dari anggota tim pelaksana berperan sebagai *Strategic Planner*, yang bertugas menyusun strategi dan perancangan visual berdasarkan hasil riset dan analisis. Akan tetapi, masing-masing anggota juga berperan sebagai *Project Manager* untuk UMKM yang berbeda-beda. Berdasarkan hal tersebut, berikut merupakan uraian peran masing-masing anggota:

1. Joseline Anabela Hamsyah, selaku *project manager* UMKM Nozlicious, bertugas dalam membuat logo, maskot, dan melakukan fotografi produk untuk menciptakan identitas visual yang konsisten. Selain itu, tanggung jawabnya juga meliputi membuat *supergraphic*, membuat kemasan, desain menu, desain *broadcast* WhatsApp, desain

template Instagram, serta *graphic standard manual* yang merangkup keseluruhan identitas visual Nozlicious.

2. Deborah Kusendarwati Sulistio, selaku *project manager* UMKM Nasi Uduk Warung Ciyung, bertugas dalam membuat logo dan fotografi produk untuk menciptakan identitas visual yang konsisten. Selain itu, tanggung jawabnya juga meliputi membuat *supergraphic*, membuat kemasan, desain menu, desain spanduk atau gerobak, desain *broadcast* WhatsApp, desain tampilan GoFood dan GrabFood, serta *graphic standard manual* yang merangkup keseluruhan identitas visual Nasi Uduk Warung Ciyung.
3. Graciell Syalom Zefanya Tjandra, selaku *project manager* UMKM Nasi Pecel Rames, bertugas dalam membuat logo, dan fotografi produk untuk menciptakan identitas visual yang konsisten. Selain itu, tanggung jawabnya juga meliputi membuat *supergraphic*, membuat kemasan, desain *signage*, desain spanduk banner, desain *broadcast* WhatsApp, desain tampilan GoFood dan GrabFood, desain *template* Instagram, serta *graphic standard manual* yang merangkup keseluruhan identitas visual Nasi Pecel Rames.



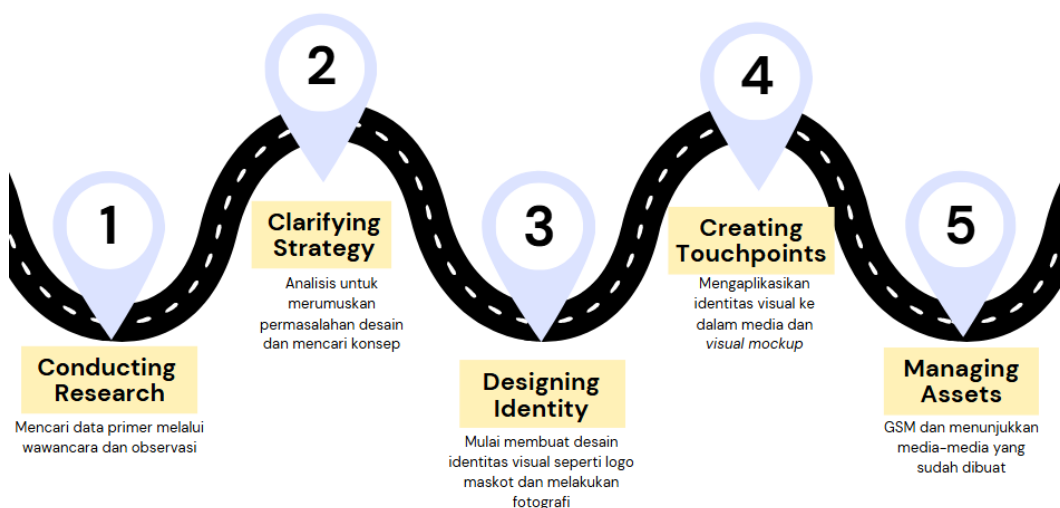
Gambar 3.2 Alur Koordinasi Tim Proyek Desa

Alur koordinasinya dimulai dari penyampaian *brief* dari UMKM terpilih kepada tim pelaksana untuk mengidentifikasi permasalahan desain yang dihadapi. Pada tahap ini, tim pelaksana menentukan solusi desain sesuai dengan pilar DKV guna menjawab permasalahan tersebut dan mengembangkan strategi media yang

diperlukan. Setelah menerima *brief* awal dari UMKM, tim pelaksana melakukan sesi konsultasi dengan *advisor*. Hal ini bertujuan untuk memperoleh bimbingan dan didikan yang lebih dalam akan cara menganalisis permasalahan desain yang dihadapi serta merumuskan strategi media yang efektif bersama. Ketika proses perancangan berlangsung, tim pelaksana diperbolehkan untuk melakukan sesi konsultasi kembali dengan *advisor* selama MBKM *Cluster* Proyek Desa berakhir. Kritik dan saran yang diberikan melalui sesi konsultasi, kemudian diterapkan dalam desain sebagai bagian dari revisi. Dengan demikian, hasil desain yang dihasilkan dapat sesuai dengan standar dan prinsip dalam pilar DKV UMN.

3.3 Tahapan Pelaksanaan Program

Tim pelaksana penulis dalam program MBKM *Cluster* Proyek Desa berfokus pada perancangan identitas visual untuk UMKM Nozlicious. Pelaksanaan ini menggunakan tahapan metodologi perancangan yang diadaptasi dari buku “*Designing Brand Identity*” karya Alina Wheeler. Prosesnya terdiri dari 5 tahap, yaitu *Conducting Research*, *Clarifying Strategy*, *Designing Identity*, *Creating Touchpoints*, dan *Managing Assets*. Tahapan-tahapan yang telah dijalankan selama kegiatan berlangsung dijabarkan melalui gambar berikut:



Gambar 3.3 *Roadmap* berdasarkan tahapan Alina Wheeler

Berdasarkan gambar di atas, berikut merupakan uraian tahap penelitian dalam perancangan identitas visual Nozlicious:

1. *Conducting Research*, Januari – Februari 2025: Tahap ini dilakukan dengan metode kualitatif melalui teknik wawancara dan observasi. Metode ini bertujuan untuk mengidentifikasi serta memahami permasalahan desain yang dihadapi oleh UMKM Nozlicious, sehingga solusi yang diusulkan dapat sesuai dengan kebutuhannya. Wawancara dilaksanakan secara tatap muka pada tanggal 11 Februari 2025, pukul 14.00 WIB, di Gedung UMN. Wawancara ini dilakukan dengan pemilik Nozlicious, yakni Yuni dan Arif, selaku pendiri dan pengelola usaha tersebut. Melalui sesi wawancara ini, diperoleh berbagai data primer yang meliputi sejarah berdirinya Nozlicious, keunikan produk, serta berbagai tantangan yang dihadapi oleh UMKM Nozlicious. Observasi juga dilakukan dengan melihat akun Instagram UMKM Nozlicious dan mengamati produk-produk penjualannya. Melalui observasi ini diperoleh permasalahan utama yang dihadapi oleh UMKM Nozlicious, yaitu identitas visual yang tidak konsisten.
2. *Clarifying Strategy*, Februari – Maret 2025: Pada tahap ini, dilakukan analisis dan pengolahan data yang telah diperoleh dari wawancara dengan UMKM Nozlicious. Tim pelaksana melakukan *brainstorming* dengan *advisor* untuk merumuskan permasalahan pilar DKV. Setelah ditetapkan bahwa fokusnya adalah perancangan identitas visual, strategi media pun mulai ditentukan untuk mendukung implementasi desain. Prosesnya dimulai dengan membuat *mindmap* untuk mencari *keywords* yang dapat merepresentasikan kesan dan karakter dari UMKM Nozlicious. *Keywords* yang diperoleh dikembangkan menjadi satu *big idea* yang akan menjadi acuan dalam merancang seluruh elemen desain.
3. *Designing Identity*, Maret – April 2025: Pada tahap ini, tim pelaksana membuat tiga komponen utama identitas visual, yaitu logo, maskot, dan fotografi produk. Proses perancangan logo dimulai dari menggambar sketsa hingga digitalisasi menggunakan perangkat lunak desain. Untuk perancangan maskot, dibuat *character sheets* yang memuat tampak dari depan, belakang, samping, dan $\frac{3}{4}$. Kemudian, diciptakan lima ekspresi

maskot dan lima gestur maskot untuk menegaskan karakter maskot. Selain itu, kegiatan fotografi yang dilakukan dibagi menjadi dua jenis, yakni *packshot* dan *product photography*.

4. *Creating Touchpoints*, April – Mei 2025: Tahapan ini bertujuan untuk menyempurnakan hasil desain yang telah dirancang pada tahap sebelumnya. Desain tersebut diaplikasikan pada media-media lainnya dan dimasukkan ke dalam *visual mockup* untuk memberi gambaran mengenai tampilan akhir medianya. Media yang dirancang dapat berbentuk media cetak maupun digital, sesuai dengan strategi media yang telah dipilih untuk UMKM Nozlicious. Proses ini dilakukan dengan arahan dan bimbingan dari *advisor* agar desain yang dihasilkan sesuai dengan kebutuhan UMKM Nozlicious.
5. *Managing Assets*, Mei – Juni 2025: Sebagai tahapan akhir, tim pelaksana membuat *Graphic Standard Manual* (GSM) yang berisi pedoman lengkap mengenai penggunaan logo Nozlicious, warna, tipografi, tata letak, serta elemen visual lainnya. Panduan ini berfungsi sebagai acuan bagi pemilik Nozlicious untuk membuat desain yang konsisten di berbagai media. Selain itu, desain yang telah diaplikasikan pada *visual mockup* diterapkan pada media-media yang telah ditetapkan. Media tersebut meliputi kemasan produk, menu, desain *broadcast* Whatsapp, dan desain *template* Instagram.

3.4 Timeline dan Uraian Tugas dalam Kegiatan MBKM

Dalam melaksanakan proses perancangan identitas visual UMKM Nozlicious, diperlukan pengaturan waktu yang terstruktur agar tiap tahapan perancangan dapat berjalan secara efisien. Hal ini dapat membantu memastikan seluruh kegiatan MBKM *Cluster* Proyek Desa berjalan tanpa kekurangan ataupun melewati batas waktu. Oleh karena itu, dibuat *timeline* berdasarkan tahapan metode perancangan Alina Wheeler sebagai panduan kerja.

3.4.1 Timeline Program MBKM Proyek Desa

Berikut adalah tabel yang menjabarkan *timeline* dari tahapan kegiatan perancangan Alina Wheeler, yang dilaksanakan oleh penulis sebagai desainer UMKM Nozlicious:

Tabel 3.2 Tabel *Timeline* Pelaksanaan 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
<i>Conducting Research</i>																								
<i>Clarifying Strategy</i>																								
<i>Designing Identity</i>																								
<i>Creating Touchpoints</i>																								
<i>Managing Assets</i>																								

3.4.2 Uraian Tahapan Kegiatan MBKM

Kegiatan MBKM *Cluster* Proyek Desa meliputi riset, perancangan logo, maskot, fotografi produk, *supergraphic*, kemasan, desain menu, desain *broadcast* Whatsapp, desain *template* Instagram, dan *graphic standard manual*. Proses ini dilakukan dengan melakukan diskusi dengan sesama anggota tim pelaksana MBKM dan melakukan asistensi dengan dosen pembimbing internal dalam menciptakan sebuah desain atau solusi yang tepat. Selain itu, dilakukan juga kolaborasi antara pihak-pihak terkait seperti pemilik UMKM dan Pokdarwis Medang. Kolaborasi dengan pemilik UMKM bertujuan untuk mengevaluasi desain dan Solusi yang diberikan oleh tim pelaksana MBKM, sedangkan kolaborasi dengan Pokdarwis Medang bertujuan untuk mengumpulkan data riset dalam mencari profil desa. Kegiatan ini dilaksanakan secara bertahap setiap minggu, dimulai dari pengumpulan data dan observasi hingga produksi desain. Pembagian waktu secara mingguan dirancang untuk menjaga alur kerja yang teratur serta memastikan tahapan selesai tepat waktu. Berikut adalah tabel yang menjabarkan uraian dari tahapan kegiatan yang dilaksanakan oleh penulis:

Tabel 3.3 Tabel Tahapan Kegiatan Proyek Desa

No.	Minggu	Proyek/Kegiatan	Keterangan
1.	11 Februari 2025	Melakukan wawancara dengan Yuni dan Arif, selaku pemilik UMKM Nozlicious	• Wawancara dilakukan secara <i>offline</i> pada jam 14:00 WIB di gedung UMN. • Diperoleh profil, sejarah, keunikan, dan tantangan yang dihadapi Nozlicious. • Wawancara bertujuan untuk mengidentifikasi permasalahan desain.
2.	12 – 19 Februari 2025	Menentukan strategi media yang tepat untuk UMKM Nozlicious	• Menganalisis data yang didapat dari wawancara. • Menentukan pilar dari masalah desain yang dihadapi Nozlicious. • Membuat strategi medianya.
3	20 – 27 Februari 2025	Membuat presentasi untuk <i>pitching</i> ke UMKM Nozlicious	• Membuat <i>mindmap</i> dan menentukan <i>keywords</i>. • Membuat alternatif 3 <i>big idea</i> dan 3 konsep desain. • Membuat <i>moodboard</i> dan <i>key visual</i> dari alternatifnya.
4	28 Februari 2025	Melakukan <i>Pitching</i> dengan UMKM Nozlicious	• <i>Pitching</i> dilakukan pada jam 09:00 WIB secara <i>online</i> melewati <i>zoom meeting</i>. • Pemilik Nozlicious memilih 1 dari 3 alternatif konsep.
5	3 – 12 Maret 2025	Merancang logo UMKM Nozlicious	• Membuat 10 sketsa logo.

			• Digitalisasi alternatif 3 logo yang terpilih dari sketsa.
6	13 – 28 Maret 2025	Mengasistensikan logo terhadap UMKM Nozlicious	• Memberikan 3 alternatif logo yang telah didigitalisasi. • Melakukan diskusi dengan Nozlicious terkait logo yang akan dipilih. • Mendapatkan permintaan revisi pada alternatif logo.
7	7 – 17 April 2025	Melakukan revisi logo UMKM Nozlicious	• Melaksanakan revisi logo sesuai dengan permintaan UMKM Nozlicious.
8	21 – 30 April 2025	Membuat maskot sesuai dengan logo	• Membuat tampak depan, samping, belakang, dan $\frac{3}{4}$. • Membuat 5 ekspresi maskot. • Membuat 5 gestur maskot.
9	2 – 9 Mei 2025	Membuat 4 kemasan produk UMKM Nozlicious	• Membuat kemasan kuah asinan dengan 3 varian perbedaan ukuran. • Membuat kemasan asinan kuah lemon dengan 2 varian perbedaan bentuk dan ukuran kemasan. • Membuat kemasan asinan kiamboy sonkit. • Membuat kemasan vakum cilok bumbu kacang.
10	13-15 Mei 2025	Menyicil pembuatan GSM UMKM Nozlicious	• Membuat <i>layout</i> GSM agar mempermudah dalam melengkapinya.

11	19 Mei 2025	Melakukan Photoshoot	• Mengeprint kemasan produk UMKM Nozlicious. • Melakukan <i>photoshoot</i> di Studio Backlight dengan menggunakan <i>artificial light</i>.
12	20-23 Mei 2025	Melengkapi media-media yang dibutuhkan	• Membuat desain menu. • Membuat desain <i>broadcast</i> Whatsapp. • Membuat desain <i>template</i> Instagram. • Menyelesaikan pembuatan GSM.

Berdasarkan tabel tahapan kegiatan MBKM proyek desa di atas, dapat disimpulkan bahwa proses perancangan identitas visual Nozlicious dilakukan secara terstruktur dan bertahap dalam kurun waktu sekitar enam bulan, dimulai dari wawancara untuk pengumpulan data, penentuan strategi, hingga pembuatan berbagai media. Setiap tahapan melibatkan kolaborasi antara tim pelaksana MBKM dan pihak UMKM Nozlicious, termasuk sesi *pitching*, revisi, hingga *approval* hasil desain. Dengan alur kerja yang rinci dan disusun berdasarkan kebutuhan UMKM, diharapkan hasil akhir perancangan mampu meningkatkan citra Nozlicious secara berkelanjutan.

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