

BAB III

PENYUSUNAN PELAKSANAAN KEGIATAN MBKM

3.1 Waktu dan Tempat Pelaksanaan

Program MBKM yang berfokus pada pengembangan UMKM di Kelurahan Medang dilaksanakan oleh tim mahasiswa dalam kurun waktu empat bulan, dimulai pada 3 Februari 2025 hingga 11 Juni 2025. Tim ini terdiri dari tiga mahasiswa, yaitu Marcia Septiani, Regina Marcheliza, dan Shabrina Khanza Hanifah, yang masing-masing bertanggung jawab atas satu UMKM yang berbeda. Shabrina Khanza Hanifah bertugas untuk merancang strategi bagi UMKM Harashta, Marcia Septiani menangani UMKM Eaterey 73 - Chicken Steak, sementara Regina Marcheliza berfokus pada pengembangan UMKM Soto Ayam Lamongan Pak Toh. Dalam pelaksanaan program ini, setiap anggota tim memiliki peran dan tanggung jawab yang jelas, mulai dari merancang ulang identitas visual UMKM, mengembangkan media *collateral* yang mendukung branding usaha, hingga menciptakan strategi media promosi yang efektif.

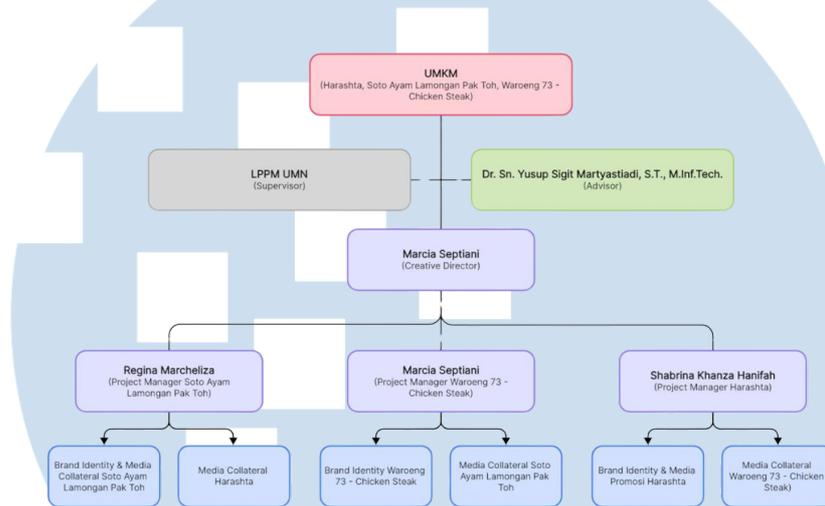
Tabel 3.1 Tabel Waktu dan Tempat Pelaksanaan Cluster MBKM Proyek Desa

Nama Desa	:	Kelurahan Medang
Lokasi Desa	:	Kecamatan Pagedangan, Kabupaten Tangerang, Banten, Indonesia
Area/Wilayah Desa	:	Tangerang
Provinsi	:	Banten
Tanggal Pelaksanaan Proyek Desa	:	3 Februari 2025 s/d 11 Juni 2025
Durasi Program (Bulan)	:	4 Bulan

3.2 Peta Peran Pelaksana Program Proyek Desa

Dalam menjalankan program MBKM Cluster Proyek Desa, setiap anggota tim memiliki peran dan tanggung jawab yang jelas untuk memastikan efektivitas dan kelancaran pelaksanaan proyek. Struktur hierarki tim dirancang untuk mendukung koordinasi yang baik, meningkatkan efisiensi dalam

pengambilan keputusan, serta memastikan setiap aspek program berjalan sesuai dengan tujuan yang telah ditetapkan. Berikut adalah bagan pelaksana Tim MBKM Cluster Proyek Desa.



Gambar 3.1 Bagan Kedudukan Pelaksana Tim MBKM Proyek Desa

Setiap anggota tim memiliki peran dan tanggung jawab masing-masing dalam pelaksanaan proyek ini. Adapun peran dan tugas yang diemban oleh setiap anggota tim dapat dijelaskan sebagai berikut:

1. Shabrina Khanza Hanifah (*Branding, Media Promosi, dan Media Collateral*)

Memiliki tanggung jawab dalam merancang identitas visual Harashta, termasuk pembuatan logo, pemilihan warna, tipografi, serta penyusunan GSM guna menciptakan citra yang kuat bagi UMKM tersebut. Selain itu, Shabrina juga mengelola dan menciptakan konten media sosial yang menarik dan efektif untuk menjangkau target pasar Harashta. Di samping itu, Shabrina juga merancang berbagai media cetak pendukung yang sesuai dengan identitas Eatery 73-Chicken Steak, seperti poster, stiker, banner, buku menu, dan materi pemasaran lainnya.

2. Marcia Septiani (*Creative Director, Branding, dan Media Collateral*)

Bertanggung jawab dalam memberikan arahan visual serta mengawasi keseluruhan proses perancangan desain dalam tim, sesuai dengan

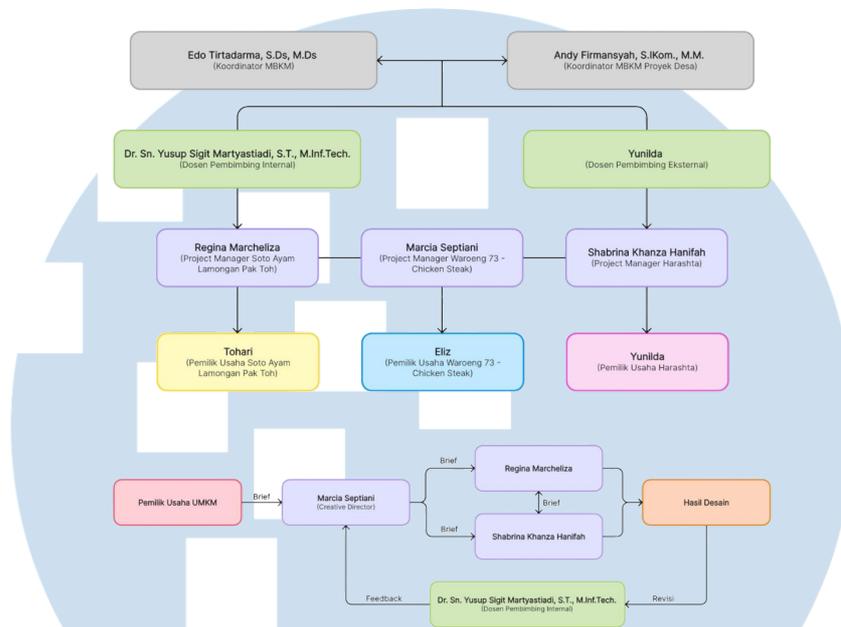
perannya sebagai Creative Director. Selain itu, Marcia juga mengembangkan identitas visual untuk Eatery 73-Chicken Steak guna menciptakan branding yang kuat dan konsisten. Di samping itu, Marcia juga merancang berbagai media pendukung yang sejalan dengan identitas Soto Ayam Lamongan Pak Toh, seperti poster, stiker, banner, dan materi promosi lainnya.

3. Regina Marcheliza (*Branding dan Media Collateral*)

Bertanggung jawab dalam membangun identitas yang kuat bagi Soto Ayam Lamongan Pak Toh, yang mencakup pembuatan logo, pemilihan palet warna, tipografi, serta panduan standar grafis (*Graphic Standard Manual – GSM*) yang sesuai dengan kebutuhan UMKM tersebut. Selain itu, Regina juga mengembangkan berbagai media cetak untuk mendukung pemasaran dan branding, termasuk poster, stiker, serta banner, baik untuk Soto Ayam Lamongan Pak Toh maupun Harashta.

Untuk memastikan proyek berjalan dengan lancar, tim menerapkan skema hierarki dan sistem koordinasi yang jelas antara pelaksana Program Proyek Desa dengan Dosen Pembimbing Internal serta Dosen Pembimbing Eksternal/Pembimbing Lapangan/*Supervisor*. Alur kerja dan sistem koordinasi ini dirancang untuk memastikan setiap tahap proyek dapat dijalankan secara efektif dan sesuai dengan tujuan yang telah ditetapkan. Berikut adalah alur koordinasi yang diharapkan.

U M M N
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 3.1 Alur Koordinasi tim Proyek Desa

Program ini dikoordinasikan oleh Koordinator MBKM untuk mengawasi jalannya program secara keseluruhan. Dalam pelaksanaannya, tim mahasiswa mendapatkan bimbingan dari dosen pembimbing internal dan eksternal yang bertugas memberikan arahan akademik, bimbingan teknis, serta evaluasi terhadap proyek yang sedang dijalankan.

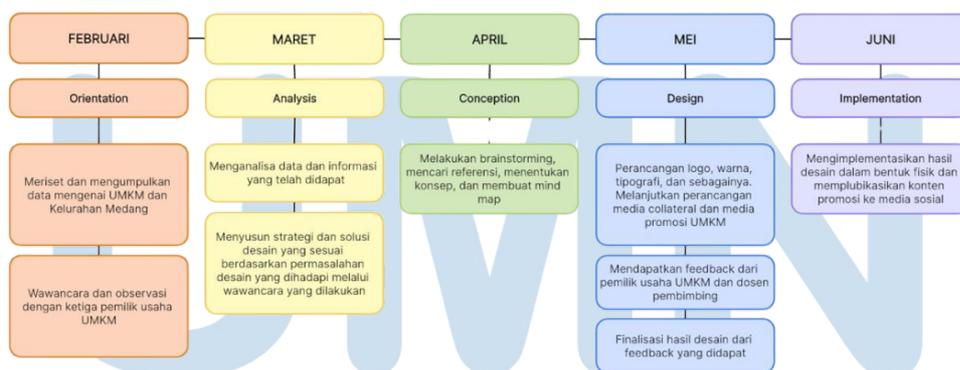
Tim mahasiswa yang terlibat dalam proyek ini terdiri dari tiga *Project Manager* yang bertanggung jawab terhadap masing-masing UMKM, yaitu Regina Marcheliza yang menangani Soto Ayam Lamongan Pak Toh, Marcia Septiani yang mengelola proyek untuk Eatery 73 - Chicken Steak, serta Shabrina Khanza Hanifah yang bertanggung jawab atas pengembangan usaha Harashta. Selain itu, pemilik usaha dari masing-masing UMKM, yaitu Tohari, Eliz, dan Yunilda, berperan sebagai mitra yang memberikan masukan serta persetujuan terhadap konsep dan strategi branding yang dikembangkan oleh tim mahasiswa.

Alur koordinasi dimulai dengan pemberian *brief* dari pemilik UMKM mengenai kebutuhan *branding* dan desain untuk usaha mereka. *Brief* ini kemudian diterima oleh Marcia Septiani selaku *Creative Director* yang bertugas

mengkoordinasikan serta mendistribusikan tugas kepada anggota tim lainnya. Setelah menerima arahan, Regina Marcheliza dan Shabrina Khanza Hanifah mulai merancang desain serta strategi *branding* sesuai dengan kebutuhan masing-masing UMKM. Hasil desain yang telah dibuat kemudian diajukan kepada dosen pembimbing internal untuk dievaluasi. Jika terdapat revisi atau perbaikan, tim akan melakukan penyesuaian sebelum akhirnya menyerahkan hasil akhir kepada pemilik UMKM untuk diimplementasikan. Dengan adanya struktur koordinasi yang jelas, proyek ini dapat berjalan dengan efektif dan efisien.

3.3 Tahapan Pelaksanaan Program

Tahapan pelaksanaan program MBKM Proyek Desa ini disusun dalam bentuk *roadmap* untuk menggambarkan secara rinci tahapan-tahapan pelaksanaan program dari awal hingga akhir. Teori ini dipilih untuk memastikan setiap tahap perancangan dapat dilakukan secara sistematis dan terorganisir. Dengan pendekatan ini, proses pelaksanaan program menjadi lebih terstruktur dan efektif. Berikut merupakan roadmap yang menggambarkan tahapan-tahapan dalam pelaksanaan program MBKM.



Gambar 3.3 Roadmap MBKM Cluster Proyek Desa

Tahap pelaksanaan program MBKM ini didasari dengan buku yang berjudul *Graphics Design Solutions* yang ditulis oleh Landa. Setiap tahap dirancang secara sistematis untuk memastikan bahwa program berjalan sesuai dengan tujuan yang telah ditetapkan. Berikut merupakan penjelasan rinci dari *Roadmap* MBKM

Cluster Proyek Desa yang menggambarkan tahapan-tahapan pelaksanaan program selama lima bulan.

1. *Orientation* (Februari)

Pada tahap ini, tim melakukan riset awal dan mengumpulkan data terkait UMKM yang ada di Kelurahan Medang. Proses ini mencakup observasi serta wawancara langsung dengan para pemilik usaha untuk memahami kondisi, tantangan, dan kebutuhan mereka dalam pengembangan bisnis. Hasil dari tahap ini menjadi dasar bagi langkah-langkah berikutnya dalam proyek.

2. *Analysis* (Maret)

Setelah data terkumpul, tim mulai menganalisis informasi yang telah diperoleh. Analisis ini bertujuan untuk mengidentifikasi permasalahan utama yang dihadapi oleh masing-masing UMKM serta peluang yang dapat dimanfaatkan. Dari hasil analisis, tim kemudian menyusun strategi dan solusi desain yang relevan, guna membantu UMKM dalam meningkatkan daya saing mereka di pasar.

3. *Conception* (April)

Pada tahap ini, tim melakukan proses kreatif dengan brainstorming untuk menentukan konsep desain yang akan diterapkan. Mereka mencari referensi yang sesuai, menentukan arah desain yang selaras dengan karakteristik masing-masing UMKM, serta menyusun mind map sebagai pedoman dalam perancangan desain.

4. *Design* (Mei)

Tim mulai merancang elemen-elemen visual, seperti logo, *color palette*, *typography*, dan elemen branding lainnya sesuai dengan konsep yang telah disusun. Selain itu, mereka juga mengembangkan berbagai media pendukung, seperti poster, stiker, dan materi promosi lainnya. Setelah desain awal selesai, tim mengajukan hasilnya kepada pemilik UMKM serta dosen pembimbing untuk mendapatkan umpan balik. Revisi

dilakukan berdasarkan masukan yang diterima agar hasil akhir lebih optimal dan sesuai dengan kebutuhan UMKM.

5. *Implementation (Juni)*

Tahap akhir dalam proyek ini adalah mengimplementasikan hasil desain dalam bentuk fisik, seperti pencetakan media promosi dan pemasangan branding di lokasi usaha. Selain itu, tim juga membantu pemilik UMKM dalam mempublikasikan konten promosi melalui media sosial, sehingga usaha mereka dapat menjangkau lebih banyak pelanggan dan meningkatkan visibilitas di pasar digital.

3.4 *Timeline dan Uraian Tugas dalam Kegiatan MBKM*

3.4.1 *Timeline Program MBKM Proyek Desa*

Pada tabel di bawah ini merupakan rincian pekerjaan yang penulis telah lakukan selama menjalani MBKM Proyek Desa di Kelurahan Medang sebagai *Branding, Media Promosi, dan Media Collateral* UMKM Harashta. *Timeline* ini dibuat berdasarkan teori dari Robin Landa (2014). Berikut adalah tabel *timeline* yang telah dirancang.

Tabel 3.4 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
Identifikasi Masalah																	
Pengumpulan Data																	
Analisis Data dan Masalah																	
Penentuan Media																	
<i>Brainstorming</i>																	
<i>Mind Mapping</i>																	
Penentuan Konsep																	
Perancangan Desain																	
Finalisasi Desain																	

			bab 1, serta berdiskusi terkait progres yang telah dilakukan oleh tim.
		14 Februari 2025 Pengerjaan laporan bab 1	Setelah memperoleh data dari riset dan wawancara, kelompok mengadakan diskusi mengenai pembagian tugas serta solusi untuk permasalahan yang ditemukan. Penulis juga mulai menyusun laporan dengan mengerjakan Bab 1, yaitu latar belakang.
3.	3 (17 Februari – 21 Februari 2025)	17-20 Februari 2025 Pengerjaan laporan bab 1	Mengidentifikasi masalah, mengumpulkan data, dan menyusun hasilnya ke dalam laporan MBKM.
		20 Februari 2025 Bimbingan 2 dengan Dr.Sn. Yusup S. Martyastiadi, S.T., M.Inf.Tech. sebagai dosen pembimbing internal	Pada bimbingan kedua, dosen pembimbing menyarankan untuk melakukan observasi serta mendiskusikan permasalahan yang dihadapi bersama UMKM.
4.	4 (24 Februari – 28 Februari 2025)	24-27 Februari 2025 Pengerjaan laporan bab 2	Melakukan pengerjaan bab 2 yang terdiri dari <i>profiling</i> desa dan UMKM

		27 Februari 2025 Bimbingan 3 dengan Dr.Sn. Yusup S. Martyastiadi, S.T., M.Inf.Tech. sebagai dosen pembimbing internal	Melakukan <i>progress report</i> dan evaluasi terhadap laporan dan kegiatan MBKM
5.	5 (3 Maret – 7 Maret 2025)	3 Maret 2025 Observasi UMKM	Mengunjungi kembali tempat penjualan UMKM Harashta untuk mengobservasi dan melakukan wawancara kembali dengan pemilik usaha UMKM
		4-7 Maret 2025 Pengerjaan laporan bab 2	Melanjutkan pengerjaan bab 2 yang terdiri dari <i>profiling</i> desa dan UMKM
6.	6 (10 Maret – 14 Maret 2025)	10-13 Maret 2025 Pengerjaan laporan bab 3	Melanjutkan penyusunan laporan bab 3 yang mencakup <i>timeline</i> , tahapan, dan pembagian peran yang mendukung analisis dan pelaksanaan program.
		13 Maret 2025 Bimbingan 4 dengan Dr.Sn. Yusup S. Martyastiadi, S.T., M.Inf.Tech. sebagai dosen pembimbing internal	Dalam bimbingan keempat, penulis dan tim menyampaikan perkembangan terkait observasi yang telah dilakukan, berdiskusi mengenai penyusunan Bab 3, serta membahas permasalahan

			yang dihadapi dengan UMKM setelah observasi.
7.	7 (17 Maret – 21 Maret 2025)	17-21 Maret 2025 Penyelesaian laporan bab 1-3	Penyelesaian laporan kegiatan bab 1-3 dan finalisasi format laporan.
8.	8 (24 Maret – 28 Maret 2025)	Evaluasi 1 MBKM	Mengunggah laporan MBKM untuk evaluasi tahap pertama, yang akan dinilai oleh dosen pembimbing internal dan eksternal guna menilai progress serta memberikan masukan perbaikan.
9.	9 (7 April-11 April 2025)	Perancangan Logo	Memulai perancangan logo mulai dari penerimaan brief hingga pembuatan alternatif sketsa logo.
10.	10 (14 April-17 April 2025)	Asistensi dan Finalisasi Logo	Melakukan asistensi dengan pihak UMKM, melakukan revisi hingga proses digitalisasi dari final logo.
11.	11 (21 April-25 April 2025)	Merancang GSM	Memulai perancangan GSM terkait logo, warna, tipografi, dan supergrafis.
		24 April 2025 Melakukan bimbingan dengan Dr.Sn. Yusup S. Martyastiadi, S.T.,	Pada saat bimbingan, penulis dan tim menjelaskan progress yang telah dilakukan dan juga

		M.Inf.Tech. sebagai dosen pembimbing internal.	membahas hasil dari evaluasi 1.
12	12 (28 April-2 Mei 2025)	Finalisasi GSM Melanjutkan pengerjaan bab 4 Mengerjakan Proyek 2.	Melakukan asistensi dengan pihak UMKM terkait hasil GSM dan masuk ke tahap finalisasi GSM. Mengerjakan proyek 2 yang berisi pembuatan <i>feeds</i> Instagram UMKM.
13	13 (5 Mei-9 Mei 2025)	Menyelesaikan Proyek 2 Mengerjakan Proyek 3.	Finalisasi <i>feeds</i> Instagram UMKM dan mengerjakan proyek 3 terkait perancangan <i>packaging</i> UMKM.
14	14 (13 Mei-16 Mei 2025)	Menyelesaikan Proyek 3 Mengerjakan Proyek 4. Melakukan sesi fotografi produk.	Melakukan finalisasi <i>packaging</i> dan melakukan sesi foto produk untuk keperluan isi konten yang akan dikerjakan. Mulai pengerjaan proyek 4 dan menentukan media informasi apa yang diperlukan oleh UMKM tersebut.
		15 Mei 2025 Melakukan bimbingan dengan Dr.Sn. Yusup S. Martyastiadi, S.T., M.Inf.Tech. sebagai dosen pembimbing internal.	Pada saat bimbingan, penulis dan tim menjelaskan progress dari proyek yang telah dilakukan dan juga membahas laporan pada saat evaluasi 2.

15	15 (19 Mei-23 Mei 2025)	Mengerjakan Proyek 5 Menyelesaikan laporan	Melakukan pengerjaan proyek 5 dan menentukan media apa yang diperlukan untuk <i>merchandise</i> UMKM tersebut. Melengkapi laporan dan menyelesaikan laporan.
		20 dan 22 Mei 2025 Melakukan bimbingan dengan Dr.Sn. Yusup S. Martyastiadi, S.T., M.Inf.Tech. sebagai dosen pembimbing internal.	Pada saat bimbingan, penulis dan tim melakukan asistensi perancangan desain yang telah dibuat serta membahas pengerjaan laporan untuk diunggah saat evaluasi 2.
		Evaluasi 2 MBKM	Mengunggah laporan MBKM untuk evaluasi 2.

UMMN

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA