
Peningkatan Ketrampilan Merancang Identitas Visual Pada Produk Umkm Binaan Serabut Nusa Berdaya Kabupaten Semarang-Ungaran

Vensy Vydia, Universitas Semarang

Astrid Novita Putri, Universitas Semarang

Joko Suntoro, Universitas Semarang

Abstract:

A good and strong visual identity is a tool in building a brand because it functions to form an impression that influences consumer perceptions. The longer people are familiar with a particular brand, the more likely they are to have a positive attitude toward that brand. In fact, by changing the visual identity of a product, it can also change or improve the brand image in the community and create an Identity. This is what is meant by the concept of brand loyalty, and vice versa if consumers get a negative stimulus from a visual identity of a brand, the biggest possibility is that consumers cancel the desire to try or make repeat purchases. To represent an identity, a logo and a visual system are needed, so that they are important assets in a company, institution, or product as an identity. This need is needed by various levels of business, including MSMEs. This community service program emphasizes increasing the competence of MSME actors in maximizing the potential for selling business products by strengthening the visual identity of the logo. The implementation of this service involves teaching staff (lecturers) from the Information Systems Study Program, Informatics Engineering and Communication Studies as well as students. This program collaborates with as many as 15 (Fifteen) MSME participants to create an identity design and its application media. In its implementation, the design starts from product analysis and then visual output is made, from illustrations to colors.

Keywords: Design, Logo, Identity, MSME, Visual

Abstrak:

Identitas visual yang baik dan kuat merupakan alat di dalam membangun merek karena berfungsi membentuk kesan yang mempengaruhi persepsi konsumen. Semakin lama masyarakat mengenal baik merek tertentu, semakin besar pula kemungkinan mereka bersikap positif terhadap merek itu. Bahkan, dengan mengubah identitas visual sebuah produk, dapat juga mengubah atau memperbaiki citra merek di masyarakat serta menjadikan Identitas. Inilah yang dimaksud dengan konsep loyalitas merek, demikian juga sebaliknya apabila konsumen mendapatkan stimulus negatif dari sebuah identitas visual dari sebuah merek maka kemungkinan terbesar adalah konsumen membatalkan keinginan untuk mencoba atau melakukan pembelian berulang. Untuk merepresentasikan sebuah identitas maka dibutuhkan sebuah logo dan sistem visual, sehingga merupakan aset penting dalam sebuah perusahaan, lembaga, maupun produk sebagai identitas. Kebutuhan tersebut sangat diperlukan oleh berbagai lapisan usaha tidak terkecuali UMKM. Program pengabdian masyarakat ini ditekankan pada peningkatan kompetensi pelaku UMKM dalam memaksimalkan potensi jual produk usaha dengan penguatan identitas visual pada logo. Pelaksanaan abdimas ini melibatkan tenaga pengajar (dosen) dari Program Studi Sistem Informasi, Teknik Informatika dan Ilmu Komunikasi serta mahasiswa. Program ini menggandeng sebanyak 15 (Limabelas) peserta UMKM untuk dibuat desain identitas serta media aplikasinya.. Dalam pelaksanaannya, perancangan dimulai dari analisis produk untuk kemudian dibuat output visual, dari mulai ilustrasi sampai warna.

Keywords: Desain, Logo, Identitas, UMKM, Visual

Email : vensy@usm.ac.id

PENDAHULUAN

Logo merupakan suatu identitas perusahaan atau usaha yang memiliki makna akan perusahaan atau usaha itu sendiri. (Rustan, 2013) Suatu logo akan membuat masyarakat mengingat dan mengenal suatu bentuk entitas tanpa harus membaca deskripsi maupun penjelasan tentang entitas tersebut. Selain itu, logo memiliki tujuan untuk melakukan branding dan memasarkan produk tersebut agar diterima masyarakat luas. Logo juga mengandung filosofi tertentu dan kerangka dasar berbentuk konsep yang bertujuan guna menciptakan sifat mandiri. (John, 2017) Selain itu, setiap bentuk logo juga wajib mempunyai suatu ciri khas tertentu untuk membedakan logo yang satu dengan logo yang lainnya, baik itu dari segi bentuk maupun warnanya. Sejatinya, fungsi logo pada perusahaan sebagai simbol pengingat produk bagi konsumen.

Penggunaan sebuah logo pada produk atau kemasan produk akan membantu konsumen mengingat produk lebih mudah. (Mudra, 2010; Calvin, 2018) Setiap perusahaan membutuhkan logo untuk memperkuat identitas perusahaan itu sendiri, logo juga bisa mewakili unsur identitas perusahaan secara detail dan dari berbagai unsur identitas dibuat menjadi satu-kesatuan yang dikemas menjadi logo yang sesuai dengan perusahaan itu sendiri. (Purnama, 2019) Serabut Nusa Ungaran, merupakan perusahaan rintisan yang berpusat di Kabupaten Semarang. Digawangi sekelompok anak muda, mereka memfokuskan diri pada platform pengembangan bisnis UMKM dan menyediakan ruang pemasaran produk, baik secara offline maupun online. (Thomas, 2015) “Dunia pemasaran berkembang pesat, maka selain memberikan pendampingan untuk meningkatkan manajemen produksi, kami sekaligus memfasilitasi jalur pemasarannya,” kata Founder Serabut Nusa Dimas Herdy Utomo. Menurut dia, banyak makanan dan minuman produk UMKM yang berpotensi menarik perhatian konsumen meski terdapat kendala pada proses identitas logo, pengemasan dan jaminan higienitasnya. Melalui program UMKM Berdaya, diharapkan persoalan semacam itu bisa teratasi. “Sekaligus tercipta kesempatan untuk memperluas pemasaran,” katanya. Meski demikian, tidak dipungkiri, bahwa dilapangan kerap menemui persoalan berbeda-beda pada masing-masing UMKM. Untuk itu, beliau melanjutkan, Serabut Nusa mempersiapkan tim kurasi produk dan UMKM sebelum memberikan pendampingan. “Dengan cara itu, tawaran solusi yang diberikan diharapkan tepat sasaran,” katanya.

METODE KEGIATAN

Metode yang digunakan dalam “Peningkatan Ketrampilan Merancang Identitas Visual Pada Produk UMKM binaan Serabut Nusa Berdaya Kabupaten Semarang-Ungaran “ akan diberikan dalam bentuk pelatihan secara langsung. Untuk lokasi yang akan dituju dalam Pengabdian kepada Masyarakat ini berada di Kabupaten Semarang tepatnya Jalan Hos. Cokroaminoto No.20, Krajan, Ungaran, Kecamatan Ungaran Barat, Kabupaten Semarang, Jawa Tengah 50511 yang nantinya akan berlangsung selama 4 (empat) hingga 5 (lima) jam, dan perkiraan waktu pelaksanaan Pengabdian kepada Masyarakat akan dilakukan pada bulan Juni 2022.

1. Pemberian materi dengan cara ceramah

Para peserta akan mendapat penerangan konsep merancang logo dan filosofinya. Hal ini dilakukan agar para peserta memahami konsep dasar yang harus dipahami secara benar. Materi diberikan dalam bentuk presentasi PPT, dan poster materi di mulai jam 08.00 sampai jam 12.00

2. Asistensi praktek langsung

Setelah mendapatkan materi secara oral, kemudian para peserta diarahkan untuk

praktek bagaimana cara mendesain secara visual menggunakan software calva. Para peserta akan didampingi oleh instruktur dan asisten mahasiswa secara langsung agar materi tersampaikan dengan lebih baik.

3. Evaluasi

Evaluasi dilakukan dengan cara menggunakan kuesioner yang diberikan sebelum dan sesudah pelatihan diberikan. Hal ini dilakukan sebagai indikator peningkatan pemahaman dari pelatihan yang diberikan oleh tim PkM kepada para peserta. Kuesioner-kuesioner yang di kerjakan melalui google form berisikan pertanyaan-pertanyaan mengenai pemahaman logo dan desain secara visual sebagai intisari dari pemahaman yang akan diberikan. Hasil dari kuesioner ini akan dihitung berdasarkan beban pertanyaannya, yang kemudian hasilnya akan dibandingkan. Perbandingan dari hasil-hasil kuesioner menjadi indikator apakah peserta mengalami peningkatan pemahaman dari pelatihan yang diberikan atau tidak.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Tahapan pelaksanaan pengabdian kepada masyarakat ini merupakan pelatihan peserta pelaku UMKM binaan Serabut Nusa Berdaya Kabupaten Semarang- Ungaran yang berjumlah 15 orang, dalam memahami cara mendesain secara visual menggunakan software calva upaya pemanfaatan teknologi digital dalam memasarkan produk. Sebelum kegiatan dimulai, para peserta diminta untuk mengisi lembar pre-test guna mengetahui sejauh mana pengetahuan peserta mengenai desain visual menggunakan software calva, dalam hal ini logo.

Hasil yang dapat diperoleh dari kegiatan pengabdian ini adalah sebagai berikut: pelaku UMKM binaan Serabut Nusa Berdaya Kabupaten Semarang- Ungaran yang disponsori Coca Cola Euro Pasific Partner Indonesia adalah mereka lebih mengerti dan paham tentang pentingnya peran teknologi digital sebagai identitas visual. Dengan memanfaatkan software calva. Para pelaku UMKM binaan Serabut Nusa Berdaya Kabupaten Semarang- Ungaran dapat membuat logo UMKM mereka dengan mudah.

Pada gambar 1, 2 dan 3 merupakan hasil dari pembuatan logo UMKM binaan Serabut Nusa Berdaya Kabupaten Semarang- Ungaran yaitu UMKM Sambel Kacang Oven, UMKM Home Coffee Roster, UMKM Tanre Skin yang akan dijadikan sebagai identitas visual pada UMKM.



Gambar 1 Hasil Pembuatan Logo UMKM Sambel Kacang Oven



Gambar 2. Hasil Pembuatan Logo UMKM Home Coffee Roster



Gambar 3. Hasil Pembuatan Logo UMKM Tanre Skin

Hasil pengabdian kepada masyarakat menunjukkan bahwa peserta sangat antusias dalam mengikuti rangkaian kegiatan pengabdian kepada masyarakat. Para peserta terlihat antusias pada sesi materi. Hal tersebut terlihat dari banyaknya pertanyaan-pertanyaan yang diajukan oleh peserta mengenai pentingnya logo untuk sebuah UMKM binaan

Serabut Nusa Berdaya dan bagaimana cara berinovasi dalam membuat logo menggunakan software calva terlihat pada gambar 4,5 dan 6 antusias yang tinggi pada pemaparan materi



Gambar 4. Gedung Kegiatan PKM



Gambar 5. Foto Bersama Kepala Desa dan Peserta



Gambar 6. Pemaparan Pemateri 1

Evaluasi keberhasilan dari acara pengabdian ini ketika selesai adalah Respon positif dari pembuatan desain logo dan pemahaman peserta meningkat dalam mengerjakan soal soal post test dengan tepat dan benar terlihat pada gambar 7 dan 8 nilai semakin meningkat pada soal post test.

KESIMPULAN

Kegiatan pengabdian ini dilakukan untuk meningkatkan pengetahuan UMKM-UMKM dibawah naungan Serabut Nusa Berdaya. Manfaat yang diterima oleh para UMKM berupa ilmu yang masih baru tentang pembuatan identitas visual pada logo usaha, dan diharapkan dapat meningkatkan perluasan pemasaran UMKM tersebut dengan identitas logo UMKM.

DAFTAR PUSTAKA

Rustan, S. (2013). Mendesain logo. Gramedia Pustaka Utama.

Calvin, Mozari; Kartasudjana, Tata. 2018. Skripsi: Perancangan Rebranding Serta Aktifitas Promosi Terhadap Produk UMKM Bir Pletok Alifah. Bandung: Universitas Pasundan.

John, J., Asril, A., & Waspada, A. E. B. (2017). Analisis Semiotika Logo Rumah Makan Patinku. *PROPORSI: Jurnal Desain, Multimedia dan Industri Kreatif*, 3(1), 33-43.

Purnama, Vera, Et Al.,. 2019. Perancangan Rebranding UMKM Keripik Tempe Reza. Surabaya. Universitas Kristen Petra

Thomas, Jerry. F. 2015. Analisa Pengaruh Rebranding Terhadap Brand Association Dengan Brand Image Sebagai Variabel Intervening Terhadap Customer Loyalty Pada PT Telkom Indihome Surabaya. Surabaya: Universitas Kristen Petra

Mudra, I. W. (2010). Desain Kemasan Produk. *Pelatihan Pembuatan Kemasan pada Kegiatan Pembinaan Kemampuan Teknologi Industri di Kota Denpasar*. Hlm, 1-6.