

Pelatihan Desain Logo & Post Instagram Pada Sugriva Coffe Dalam Upaya Meningkatkan Hasil Penjualan

Farid Fitriyadi, S.Kom.,M.Kom ¹

¹Universitas Sahid Surakarta
e-mail: 1farid@usahidsolo.ac.id

Abstrak

Pertumbuhan Industri 4.0 menunjukkan kemajuan teknologi yang luar biasa serta sangat mempengaruhi terhadap bisnis serta pemasaran. Desain logo serta produk sebagai alat bantu pemasaran dikala ini tumbuh pesat bersamaan dengan kebijakan pemerintah tentang kenaikan usaha mandiri warga. Ada pula tujuan dari aktivitas ini merupakan buat tingkatkan kreatifitas dari pelaku UMKM serta warga setempat tentang pembuatan desain logo serta produk UMKM. Pelatihan ini dicoba dalam rangka menjadikan produk UMKM khusus sugrivacoffe lebih atraktif serta dapat tingkatkan daya beli serta daya jual. Hasil dari pelatihan merupakan tim Sugriva coffe memperoleh bimbingan buat mendesain sendiri logo serta kemasan produknya, sehingga kemasan jadi lebih menarik serta cocok dengan tema dari produk yang bakal dipasarkan. Manfaat dari aktivitas ini peserta memperoleh pengetahuan tentang desain dan teknik menciptakannya dengan tools (Canva) yang gampang digunakan sehingga mempermudah proses pembuatan desain logo dan desain produk.

Kata Kunci : UMKM, Desain Logo, Desain Produk, Canva,

Pendahuluan

Media sosial dikala ini, dapat dikatakan jadi salah satu kebutuhan pokok masyarakat Indonesia. Lewat media sosial warga memperoleh bermacam macam data baik data positif ataupun negatif dengan cepat di manapun dan kapanpun. Media sosial ialah media penyebaran data yang sangat kilat sebab langsung menyasar secara personal pada jejaring pertemanan yang dipunyai dengan terdapatnya fitur sharing. Tidak hanya selaku media data, media sosial juga jadi media komunikasi, perihal ini disebabkan terdapatnya fitur pendapat ataupun comment selaku fasilitas tanya jawab apalagi klarifikasi atas data yang disajikan antara owner akun serta pengikutnya ataupun antara pengikut satu dengan pengikut yang yang lain. Salah satu khasiat positif media sosial dalam penyebaran data adalah selaku media promosi buat memasarkan produk. Pemasaran produk dalam perihal ini dibagi dalam 2 jenis ialah pemasaran berbayar (iklan bersponsor) pada akun bisnis serta pemasaran cuma dengan mengunggah gambar pada akun individu. Salah satu media sosial yang digunakan buat pemasaran produk merupakan Instagram. Melalui kemampuannya berbagi logo, gambar, dan postingan pada Instagram dapat digunakan untuk memasarkan produk kopi dari Sugriva coffe supaya lebih maksimal dalam penjualan.

Perkembangan UMKM Kopi dengan banyaknya usaha yang sama, memerlukan promosi yang baik untuk menarik minat konsumen. Melalui media sosial, UMKM Kopi ini memasarkan produk mereka. Desain post Instagram memberi pengaruh tersendiri terhadap pelanggan maupun follower mereka. Penggunaan foto, ilustrasi, gambar, teks iklan, bahkan video dalam konten Instagram digunakan untuk menarik konsumen. Berdasarkan penjabaran sebelumnya, maka perlu dilakukan penelitian pengaruh desain post Instagram terhadap minat pembelian produk UMKM Kopi Sugriva coffe mojosongo.

Instagram agaknya melihat kelebihan manusia yang menyukai gambaran secara visual. Hal ini ditandai dengan dua jenis konten yang disajikan dalam Instagram yaitu foto/gambar dan video. Dua jenis konten ini akan menarik orang untuk melakukan tindakan like, comment dan share. Daya tarik fitur Instagram ini ditanggap apik oleh penggunanya untuk dijadikan salah satu media pemasaran produk dan jasa mereka. Mulai dari produsen dengan brand terkenal bahkan sampai pada industri kecil rumahan atau usaha mikro kecil menengah (UMKM).

Instagram merupakan salah satu media sosial berbagi foto. Melalui post beridentitas serta konsisten, maka proses branding menjadi lebih komunikatif dan informatif [1]. Pada post Instagram, hal yang menjadi fokus utama user saat pertama kali adalah gambar yang ada dalam post Instagram dibandingkan dengan membaca caption gambar (Sari and Lidia, 2019). Kajian penggunaan Instagram telah dilakukan oleh beberapa peneliti di antaranya pengaruh promosi kafe Sobaholic di Instagram terhadap minat berkunjung (Anggraeni, 2018), dalam simpulannya terdapat pengaruh promosi melalui Instagram terhadap minat berkunjung Kafe Sobaholic. Paparan dari responden mengatakan bahwa pesan promosi yang menarik serta penggunaan gambar makanan dan minuman yang menggugah selera menjadi salah satu faktornya. Peran Media Sosial Instagram Dalam Menarik Minat berkunjung Mahasiswa Ilmu Komunikasi Universitas Mulawarman Di Wisata Ladang Budaya Tenggarong memberikan kesimpulan bahwa konten Instagram mempengaruhi kepercayaan, sikap dan perilaku sehingga mahasiswa tertarik mengunjungi wisata Ladang Budaya Tenggarong (Machruf and Wibowo, 2018). Saran yang diberikan adalah perlunya peningkatan pembuatan konten.

Kemasan ialah salah satu metode untuk mempromosikan sesuatu produk serta menarik hasrat konsumen guna membeli, oleh sebab itu kemasan wajib sesuai dengan peranan yang hendak dibidik oleh para produsen(Harminingtyas, 2013). Kemasan produk ialah bagian berarti dalam suatu pemasaran, sebab kemasan bukan hanya berperan sebagai pembungkus produk, tetapi buat menaikkan nilai jual sesuatu produk (Purnomo, Ardana and Handoko, 2013).

Logo senantiasa mempunyai kedudukan yang bernilai karena merupakan muka dari sesuatu brand. Lewat logo, khalayak bisa mengidentifikasi sesuatu produk serta bisa mengaitkannya dengan asosiasi tertentu. Oleh karena itu, ada komentar kalau logo

wajib merepresentasikan entitasnya. Logo selaku bagian dari brand hendaknya berbeda dari yang yang lain. Sebagian riset ilmiah dicoba guna mengenali logo yang baik. Salah satunya(Hasibuan, Lubis and Asih, 2020) menguraikan gimana logo yang baik ialah logo hendaknya gampang terbaca, nampak jelas,koheren, gampang dipahami, gampang diingat, tidak lekang oleh waktu, serta simpel sehingga gampang dikenali. Sebagian guna logo disebutkan pula oleh(Hasibuan, Lubis and Asih, 2020) ialah guna kontak yang mempertahankan kontak dengan publik; Guna penjelas; guna denotatif; Guna identifikasi; Guna signifikasi; Guna translasi; serta Fungsi estetis. Begitu kompleksnya gimana logo sepatutnya nampak secara visual, bagaimana hubungannya dengan brand- nya serta gimana dipersepsikan oleh khalayak menjadikan desain logo menarik buat dikaji serta senantiasa masih butuh buat diteliti.

Metode

Metode Penelitian yang digunakan merupakan deskriptif kualitatif dimana bertujuan buat memberikan gambaran mengenai proses serta hasil desain logo yang dilakukan bersumber pada hasil riset. Metode pengumpulan informasi ialah riset pustaka, pelatihan, observasi. Lewat studi pustaka, diperoleh teori- teori terpaut serta hasil penelitian lebih dahulu. Setelah itu dengan metode observasi dimana dikerjakannya pengamatan pada produk, pengamatan pada desain logo lebih dahulu serta pengamatan secara daring dimaksudkan buat mendapatkan informasi terpaut dengan pemenuhan kriteria logo yang baik serta perancangannya. Penyelesaian permasalahan mitra merupakan dengan pendampingan selama pelatihan pembuatan desain logo serta kemasan produk dengan memakai Corel Draw dan Canva (Widiyanto, 2006)

Adapun tahapan tahapan praktis yang dilaksanakan adalah sebagai berikut:

- a) Pendampingan kepada karyawan Sugriva coffe untuk melakukan kegiatan pelatihan yang sudah ditentukan. Pendampingan ini dimaksudkan untuk meningkatkan kualitas kegiatan Sumber Daya Manusia / karyawan Sugriva coffe.
- b) Pembuatan desain logo serta kemasan produk dilaksanakan lewat aktivitas workshop. Dalam workshop ini, diajarkan gimana memakai aplikasi sebagai perlengkapan guna mendesain serta membuat logo serta kemasan produk. Partisipan diajarkan secara bertahap diawali dengan uraian terhadap tools serta fungsi- fungsinya, setelah itu diberikan contoh bagaimana mendesain, serta menciptakan dan mengaplikasikan desain logo simpel sampai ke desain yang lebih kompleks serta perinci.
- c) Pelatihan ini dilakukan hingga menghasilkan karya individu dan bersama/ kelompok, yang nantinya hasil karya tersebut akan dicetak dan dipergunakan sebagai alat bantu pemasaran produk Sugriva coffe.

Dari uraian diatas permasalahan diatas maka, penulis memberikan solusi pada table di bawah ini :

Tabel 1. Permasalahan, Solusi dan Metode Pelaksanaan

No	Permasalahan	Solusi	Metode
1	Staff / Karyawan Sugriva Coffe kesulitan dalam mendesain logo dan kemasan Produk	Pelatihan mendesain logo dan kemasan produk	Praktek Langsung, Diskusi

2	Logo lama Sugriva coffe kurang memperhatikan desain kemasan sehingga menyebabkan produk kurang di kenal dan kurang berkembang	Membuat desain kemasan yang lebih menarik dan informatif sesuai dengan produk yang di jual	Praktek Langsung, Diskusi
---	---	--	---------------------------

Aktivitas dan Jadwal Pendampingan

Kegiatan pendampingan yang dilaksanakan selama 2x pertemuan di Coffe Sugriva, pelatihan di hadiri oleh 4 orang karyawan Sugriva coffe. Pelatihan di lakukan selama 2 hari, dimulai dari jam 19.00 – 21.00. Pelatihan dimulai dengan pengenalan Software CANVA hingga membuat desain logo dan kemasan produk. Pengabdian kepada masyarakat ini dilaksanakan pada Bulan September. Tempat pelaksanaannya dilakukan di Kantor Sugriva Coffe Mojosongo.

Tabel 2. Jadwal Pendampingan dan Materi Pendampingan

No	Materi	Pendampingan	
		1	2
1	Canva		
	1. Pengenalan tentang software Canva (tools, menu,		
	2. Mendesain Logo Sugriva Coffe		
	3. Mendesain Kemasan Produk		
2	Evaluasi dan perbaikan hasil desain		

Hasil dan Pembahasan

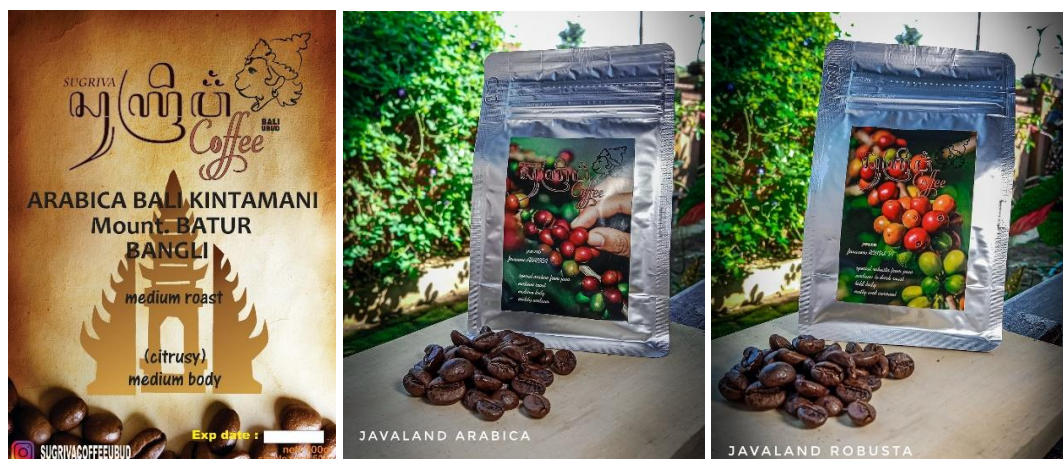
Ketercapaian program pendampingan Staff/ Karyawan Sugriva Coffe mojosongo, solo bisa dilihat dari antusias Karyawan Sugriva Coffe. Kedatangan Karyawan Sugriva Coffe dalam aktivitas ini 100%, yang senantiasa muncul dalam masing-masing tahap kegiatan. Aktivitas pendampingan dalam pelatihan ini pasti saja buat mempermudah partisipan buat membuat desain logo serta kemasan produk, sehingga sanggup menarik atensi konsumen.

Adapun beberapa hasil yang dicapai pada kegiatan ini adalah sebagai berikut:

- Pemahaman karyawan Sugriva Coffe tentang software Canva, cara penggunaan tools dan menu yang ada pada software canva untuk mendesain logo dan kemasan produk kopi pada Sugriva coffe. Berikut adalah hasil desain logo dan desain kemasan dari karyawan Sugriva coffe



Gambar.1 logo Sugriva Coffe



Gambar 2. Desain Kemasan/ Bungkus Kopi & Foto Produk



Gambar 3. Desain Kemasan Produk Minuman Kopi



Gambar 4. Desain Kemasan Produk Minuman Non - Kopi

Simpulan dan Saran

Program pendampingan pelatihan ini menghasilkan desain logo dan kemasan produk yang dapat dijadikan sebagai identitas dari produk olahan Sugriva Coffe. Selain itu pelatihan tersebut memberikan pengalaman baru, menambah keterampilan peserta terkait desain dan menggunakan software canva bagi karyawan Sugriva coffe. Pelatihan ini juga memberikan manfaat efektifitas waktu pengerjaan desain dan efisiensi dalam biaya desain yang dikeluarkan oleh Sugriva Coffe.

Daftar Pustaka

- Anggraeni, Reni Nur. (2018). Pengaruh Promosi Kafe Sobahollic Di Instagram Terhadap Minat Berkunjung (Survey Di Kalangan Follower Kafe Sobahollic Di Instagram). Banten: Universitas Sultan Ageng Tirtayasa.
- Hananto, Brian Alvin. (2019). Identitas Visual Digital Brand Dalam Sosial Media Sebuah Evaluasi Konsistensi Image dan Type Karya Mahasiswa Dalam Mendesain Feed Instagram. Prosiding Seminar Nasional Desain dan Arsitektur (SENADA), 02, pp. 56-61.
- Harminingtyas, R. (2013) 'Analisis Fungsi Kemasan Produk Melalui Model View dan Pengaruhnya Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Produk Rokok Kretek Merek Dji Sam Soe di Kota Semarang', Jurnal STIE Semarang, 5(2), pp. 1-18.
- Hasibuan, A. Z., Lubis, A. J. and Asih, M. S. (2020) 'Pelatihan Desain Logo Bagi Remaja Masjid Al-Bayan', Prioritas: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat, 2(02), pp.27-30.
- Hasibuan, M. S. and Hasibuan, H. M. S. (2016) Manajemen Sumber Daya Manusia. Bumi Aksara.
- Machruf, Bagus, and Sarwo Edy Wibowo. (2018). Peran Media Sosial Instagram Dalam Menarik Wisata Ladang Budaya Tenggarong. EJournal Ilmu Komunikasi, 7(1), pp. 27-41.
- Purnomo, N. C., Ardana, I. and Handoko, C. T. (2013) 'Perancangan Kemasan dan Media Promosi Kue Gandjelrel Khas Kota Semarang', Jurnal DKV Adiwarna, 1(2), p.7.
- Sari, Hasrini, and Anggraeni, Lidia. (2019). Peran Tipe Gambar, Tagar, Jumlah Likes Dan Informasi Harga Pada Instagram Terhadap Intensi Membeli. J@ti Undip: Jurnal Teknik Industri, 14(2), pp. 71-80.
- Widiyanto, R. (2006) 'Teknik Profesional Corel Draw X3', Jakarta: PT. Elex Media Komputindo.