

# DESAIN LOGO DAN MEDIA PROMOSI INSTAGRAM SEBAGAI CITRA PRODUK MAKANAN UMKM RISOLES DAN CATERING

Oleh:

**Yoga Dwi Firmansyah,**

Dosen Pembimbing : Poppy Febriana

Progam Studi Ilmu Komunikasi

Universitas Muhammadiyah Sidoarjo

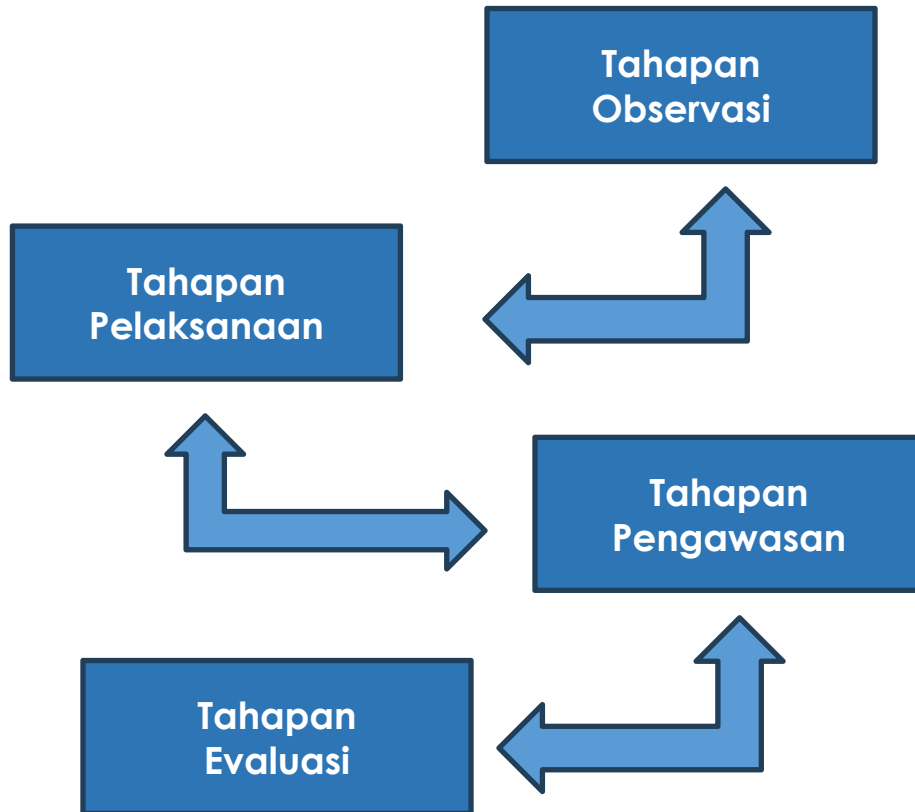
2024

# Pendahuluan

Usaha Mikro Kecil Menengah atau yang disingkat UMKM kini berkembang di Indonesia. UMKM yang meningkat setiap tahunnya memberikan dampak perubahan yang signifikan bagi pelaku UMKM. Sehingga, munculnya persaingan antar pelaku UMKM untuk memenuhi kebutuhan konsumen masyarakat. Usaha Mikro Kecil Menengah menjadi bagian yang mampu memberikan dampak perkembangan ekonomi masyarakat dengan melakukan pemberdayaan sumber daya manusia untuk menghasilkan suatu inovasi berupa produk khas daerah atau kebutuhan Masyarakat. Identitas sebuah cerminan visi misi UMKM yang dapat divisualkan dalam bentuk logo. Logo merupakan suatu bentuk gambar atau sekedar sketsa dengan arti tertentu dan mewakili suatu arti dari produk dan lainnya yang dianggap membutuhkan hal yang singkat dan mudah diingat sebagai ganti dari nama sebenarnya.

Tujuan pengabdian masyarakat ini adalah untuk membantu membuatkan logo tetap dan akun instagram agar pelaku UMKM bisa memperkenalkan usaha mereka melalui jangkauan yang lebih luas di media sosial, sehingga bisa mendapatkan target pasar yang di inginkan tidak hanya melalui story WA saja. Kami memberikan tawaran solusi ini kepada pelaku usaha UMKM dalam mengatasi masalah yang dihadapi selama ini. Dalam memberikan solusi ini, pelaku usaha UMKM merespon dengan baik. Setelah melakukan kegiatan ini, kami berharap agar pelaku usaha UMKM bisa terus konsisten dalam mengunggah produk julannya di akun Instagram.

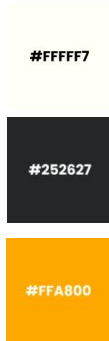
# Metode Kegiatan



**Waktu dan Tempat Kegiatan** : kegiatan ini dilakukan pada tanggal 15 juni 2023 yang berlokasi di Dusun Ngijingan, Desa Purwojati, Kecamatan Ngoro, Kabupaten Mojokerto.

**Objek** : objek sasaran yaitu pelaku UMKM dengan memiliki 2 jenis usaha makanan dengan nama usaha catering mak min dan risoles mak min.

# Logo UMKM Risol & Catering



Logo Risol Mak Min & Kode Warna

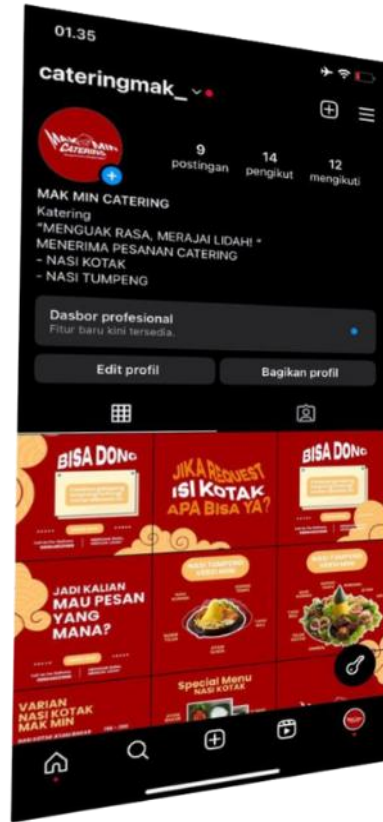
Desain Logo ini mengambil perpaduan warna kuning, hitam dan sentuhan warna putih dengan tag line sekali coba bikin nagih.



Logo Catering Mak Min & Kode Warna

Desain Logo ini mengambil perpaduan warna putih dan Merah tag line menguak rasa, merajai lidah.

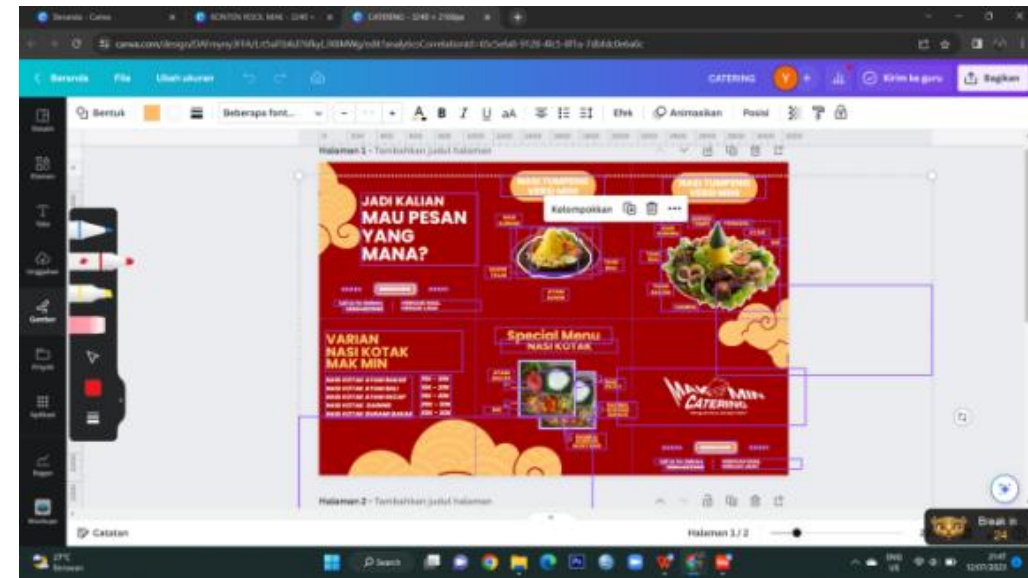
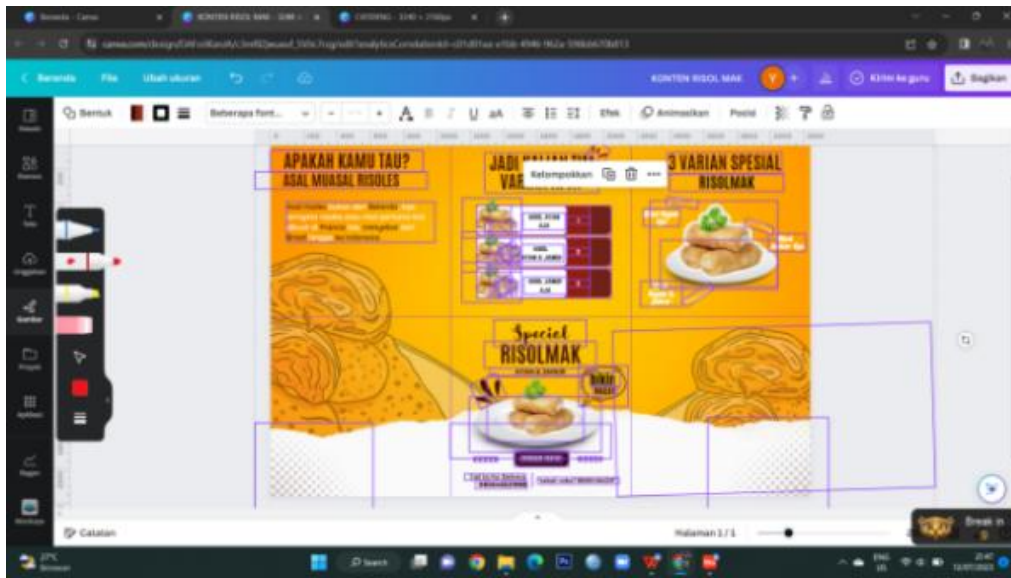
# Akun Instagram Risol & Catering



Berikut gambar diatas menunjukkan jumlah followers Ketika sudah memiliki akun media sosial Instagram.



# Pembuatan Desain Feed

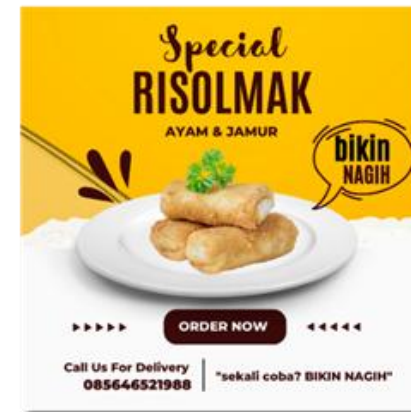
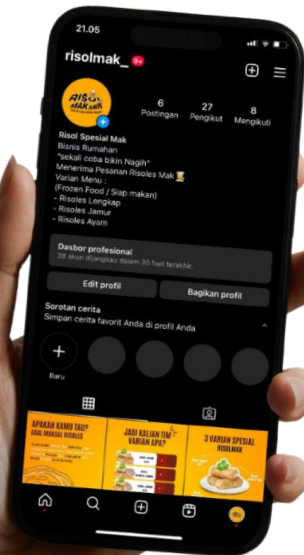


Berikut gambar diatas merupakan dokumentasi pembuatan desain feed Instagram risol mak min dan catering mak min menggunakan canva.

# Feed Instagram Risol Mak

## Desain Feed Instagram.

Desain Feed Instagram Usaha UMKM Risol Mak.



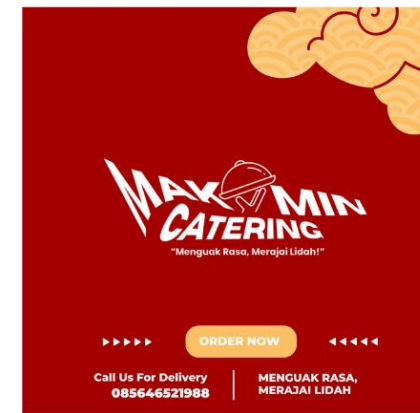
Instagram : Risolmak\_

# Feed Instagram Catering Mak

## Desain Feed Instagram.



Desain Feed Instagram UMKM Catering Mak.



Instagram : [Cateringmak\\_](#)



# PEMBAHASAN TAHAPAN PENGMAS

## 1. Tahap Persiapan

Pada tahapan ini, pengabdian mulai melakukan observasi pada 1 pelaku UMKM dengan Memiliki 2 jenis usaha terkait kendala yang terjadi pada usahanya. Permasalahan yang terjadi dari pelaku UMKM yaitu masih belum mempunyai logo dan konsumen masih dari wilayah sekitar produsen, sehingga target market yang dituju sangat terbatas karena kurangnya media promosi yang digunakan pelaku UMKM.

## 2. Tahap Pelaksanaan

Pada tahapan ini, Pengabdian memulai membuat logo, akun media sosial instagram dan konten feed instagram untuk sebagai media promosi dalam mengenalkan usaha UMKM Risol Mak Min dan Catering Mak Min

# PEMBAHASAN TAHAPAN PENGGMAS

## 3. Tahapan Pengawasan

Pada tahapan ini tim pengabdian masyarakat membantu memantau akun media sosial Instagram dari pelaku usaha UMKM. Pengawasan yang dilakukan yaitu mulai dari peningkatan jumlah pengikut dari kedua akun Instagram UMKM, apakah sudah mulai ada feedback dari hasil desain konten yang sudah dibuat apa belum dan lain sebagainya.

## 4. Tahapan Evaluasi

Pada tahapan tim pengabdian masyarakat mengevaluasi dari tahap persiapan, tahap pelaksanaan dalam pembuatan logo, pembuatan akun Instagram serta pembuatan desain konten per instagram dan tahap pengawasan UMKM terhadap media sosialnya. Evaluasi dilakukan untuk mengetahui respon dari followers, pencapaian yang telah diterima saat mulai membuka akun media sosial Instagram sebagai sarana untuk melakukan promosi. Dengan adanya kegiatan ini, berharap bisa bermanfaat dan dapat membantu pelaku usaha UMKM catering mak min dan risol mak min dalam media promosi yang agar bisa mencapai target penjualannya. Berdasarkan hasil survei, kegiatan pengabdian masyarakat ini berjalan lancar dan mendapatkan tanggapan yang baik dari pelaku UMKM.

# Tabel Perbandingan

No.	Sebelum	Sesudah
1.	Belum memiliki akun media sosial Instagram untuk melakukan pemasaran	Sudah mempunyai akun media sosial Instagram untuk melakukan promosi.
2.	Tidak ada desain yang baik untuk diunggah di akun media sosial.	Sudah ada desain yang baik dan benar untuk diunggah di Instagram UMKM @cateringmak_ dan @risolmak_
3.	Belum mempunyai logo tetap untuk usaha	Sudah mempunyai logo tetap dari Risol Mak MIN dan Catering Mak Min
4.	Memiliki 0 Pengikut di instagram saat awal pembuatan akun	Sudah memiliki 35 pengikut untuk akun @risolmak_ dan 18 pengikut untuk akun @cateringmak_

# Manfaat Penelitian

1. Membantu pembuatan logo tetap UMKM Risol Mak Min dan Catering Mak Min untuk menjadi identitas branding dari usaha UMKM tersebut.
2. Membantu pembuatan akun Instagram agar pelaku UMKM bisa mengenalkan usaha mereka dengan jangkauan yang luas.
3. Membantu mendapatkan target pasar yang di inginkan dengan sosial media instagram



# Referensi

- Alfajri, M. F., Adhiazni, V., & Aini, Q. (2019). Pemanfaatan Social Media Analytics Pada Instagram Dalam Peningkatan. *Interaksi: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 8(1), 34. <https://doi.org/10.14710/interaksi.8.1.34-42>
- Damayanti, & Sumiati. (2018). Sistem Informasi Daya Tarik Pembelian Produk UMKM Home Industri Berbasis WEB. *Konferensi Nasional Sistem Informasi*, 1(1), 502–507.
- Jatmika, S. E. D., Maulana, M., Kuntoro, & Martini, S. (2019). Buku Ajar Pengembangan Media Promosi Kesehatan. In K-Media.
- Mukti, R. P. K., & Rochmaniah, A. (2022). Instagram Analysis @Cashaofficial As Bean Bag Promotion Media. *Indonesian Journal of Innovation Studies*, 21, 1–12. <https://doi.org/10.21070/ijins.v21i.828>
- Na, D. E. C., & Hipertensiva, C. (n.d.). No 主観的健康感を中心とした在宅高齢者における健康関連指標に関する共分散構造分析Title. 11–29.
- Pada, W., Susu, I., & Brand, B. (2023). MITOS KEBAIKAN DAN KEJAHATAN DALAM VISUALISASI. 1031–1038.
- Rinanda. (2019). Kajian Semiotika Pada Logo Sanggar Reog. *Jurnal Proporsi*, 3(1), 81–89.
- Santi Widiastuti, Jennie Kusumaningrum, & Lies handrijaningsih. (2022). Perancangan Corporate Identity Untuk Meningkatkan Brand Image Perusahaan. *Manajemen*, 2(2), 150–159. <https://doi.org/10.51903/manajemen.v2i2.181>
- Sugiartha, I. G. A., Udayan, A. A. G. B., Trinawindu, I. B. K., Artawan, C. A., Janottama, I. P. A., Indira, W., Hartadi, M. G., Sanjaya, D. G., Sanggra, I. N., & Penerbit. (2020). Perancangan Logo, Merek, Label, Dan Kemasan Air Minum Perumda Air Minum Tirta Sanjiwani. [http://repo.isi-dps.ac.id/id/eprint/4066%0Ahttp://repo.isi-dps.ac.id/4066/1/combine buku perumda.pdf](http://repo.isi-dps.ac.id/id/eprint/4066%0Ahttp://repo.isi-dps.ac.id/4066/1/combine_buku_perumda.pdf)
- Surahman, S., Munawar, M. A., & Pratiwi, M. (2019). Representation of the Face of the City of Serang in the Print Advertising of 2018 Mayor'S Memories. *AL-ULUM : Jurnal Ilmu Sosial Dan Humaniora*, 5(1), 31–60. <https://doi.org/10.31602/alsh.v5i1.1989>
- Zharandont, & Patrycia. (2015). Pengaruh Warna Bagi Suatu Produk Dan Psikologis Manusia. *Humaniora Binus*, 2(Terminologi warna), 1086. <https://journal.binus.ac.id/index.php/Humaniora/article/view/3158>
- Suwardikun, w, didit. Merubah citra melalui perubahan logo. Bandung: ITB Library.2000.

