

# BRANDING PRODUK MAKANAN LOKAL MELALUI PEMBUATAN LOGO DAN PENDAMPINGAN PENGELOLAAN MEDIA SOSIAL

Oleh:

Aulia Rachmawati (202022000199)

Nur Maghfira Aesthetika

Ilmu Komunikasi

Universitas Muhammadiyah Sidoarjo

Februari, 2024

# Pendahuluan

Pada era modern seperti saat ini tentunya teknologi berkembang sangat pesat bahkan hampir semua kegiatan mulai dari pekerjaan hingga pendidikan dapat dilakukan secara online. salah satu manfaat dari teknologi adalah sebagai alat membantu memasarkan suatu produk, dengan cara membuat postingan pada media sosial untuk dapat menjualkan berbagai macam produk dan juga jasa. Namun masih banyak juga masyarakat yang belum mengetahui atau tidak paham terkait penggunaan media sosial sehingga alasan kami melakukan pengabdian masyarakat ini adalah bertujuan untuk meningkatkan pengetahuan dan kemampuan dalam branding produk melalui pengelolaan media sosial Instagram.

Di Indonesia terutama kota Sidoarjo sangatlah banyak para pelaku Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) salah satunya adalah produk olahan berbahan dasar kupang dan kerang yang diberi nama Kupang Jaya yang telah didirikan sejak tahun 2009 oleh Ibu Khoirunnisa selaku pemilik dari UMKM Kupang Jaya. Selanjutnya UMKM yang kedua yakni salah satu masakan rumahan berupa sate usus dan juga aneka gorengan seperti tahu isi, tempe menjes dan juga ote-ote yang banyak digemari oleh masyarakat, UMKM tersebut diberi nama Dapur Lestari yang diambil dari nama pemiliknya yakni Ayu Lestari.

# Pertanyaan Penelitian (Rumusan Masalah)

Pertanyaan	YA	TIDAK
Apakah anda mengetahui apa itu sosial media?		
Apakah anda memiliki akun media sosial?		
Apakah anda melakukan penjualan online secara rutin?		
Apakah UMKM yang anda miliki memiliki logo?		
Apakah UMKM yang anda miliki terdapat foto katalog produk?		
Apakah anda bersedia mengikuti pelatihan branding produk melalui media sosial?		

# Metode

Tanggal Pelaksanaan	Keterangan
17 – 18 Mei 2023	Tahap observasi dengan melakukan wawancara terkait kendala dan juga seberapa jauh pengetahuan terkait media sosial.
15 – 20 Juni 2023	Tahap persiapan dengan melakukan pemberian materi terkait media sosial dan juga aplikasi editing.
22 Juni – 17 Juli 2023	Tahap pelaksanaan pendampingan foto produk dan membuat akun media sosial instagram.

# Pendampingan Foto Katalog

Pada tahap pelaksanaan ini adalah pembuatan foto produk UMKM Kupang Jaya dan Dapur Lestari agar mampu menunjukkan gambar menu yang menarik, mengetahui varian makanan yang tersedia sehingga pelanggan tertarik untuk membeli produk tersebut. Tahap ini dilaksanakan pada tanggal 22 Juni- 17 Juli 2023.

Perlu kita pahami bahwa branding tidak hanya membuat target pemasaran memilih kita dalam membeli, namun juga membuat prospek pemasaran melihat kita sebagai satu-satunya yang bisa memberikan solusi terhadap kebutuhan atau permasalahan merek atau jenis produk lokal. Tujuan dari strategi branding yang baik adalah:

Dapat menyampaikan pesan secara jelas dengan memberikan pendampingan dan pelatihan foto katalog produk seperti pada gambar.



# Hasil



Foto produk sebelum  
pendampingan



Foto produk setelah  
pendampingan

# Pendampingan Editing

Melakukan pelatihan desain foto produk yang telah diambil, hasil gambar dibawah ini menggunakan salah satu aplikasi editing yang populer yaitu canva dan mudah digunakan apalagi untuk para pelaku UMKM yang ingin menunjukkan kualitas produk melalui unggahan sosial media. Dapat mengkonfirmasi kredibilitas pemilik brand tersebut dengan membuat sosial media instagram dengan postingan yang menarik.



## ANEKA GORENGAN

### VARIAN MENU

Tahu isi .....	Rp1.500
Mendoan .....	Rp1.500
Bakwan .....	Rp1.500
Usus Goreng .....	Rp1.500
Risol .....	Rp1.500



# Logo

Setelah melakukan proses editing atau mendesain foto produk kegiatan dilakukan dengan memberikan beberapa referensi logo yang akan dibuat. Berikut adalah hasil logo yang dibuat oleh pemilik UMKM Dapur Lestari dan Kupang Jaya. Logo Kupang Jaya dibuat oleh pemilik dari tahun 2016 hingga sekarang.

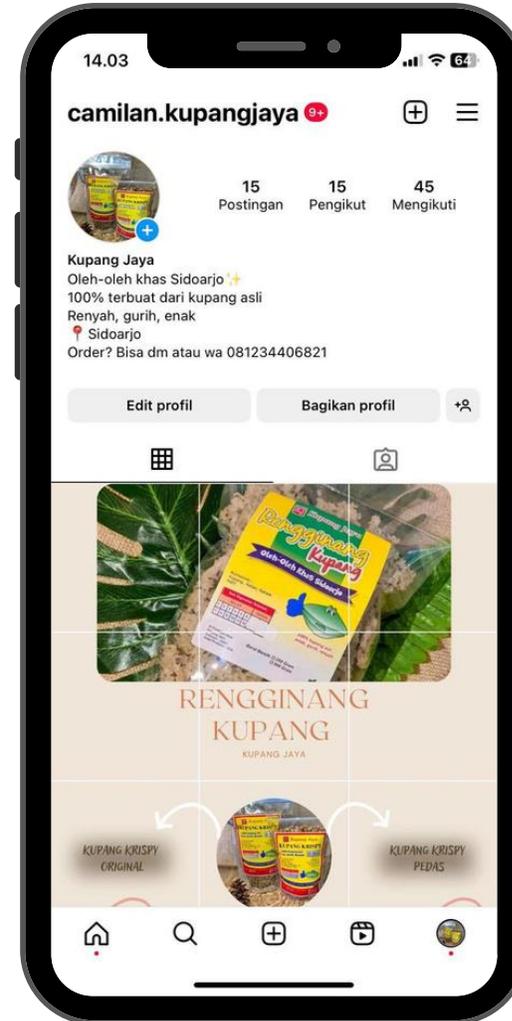
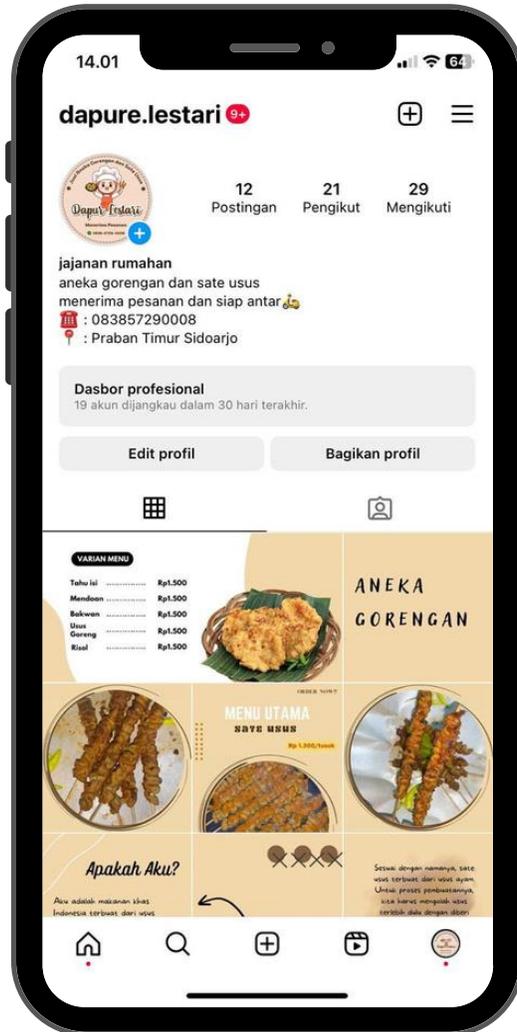


# Pendampingan Media Sosial

Tahap terakhir pengabdian masyarakat ini yang paling utama yaitu mengelola media sosial Instagram milik UMKM Kupang Jaya dan Dapur Lestari yang dapat menghubungkan dengan target pasar yang lebih personal seperti pembelian melalui chat whatsapp atau dapat langsung berkunjung pada rumah produksi. Selain itu juga para pembeli dapat lebih mengenal dan mengingat suatu produk yang dibelinya dengan melihat media sosial

Menciptakan kesetiaan pelanggan dengan konsumen yang terus menerus membeli produk makanan lokal milik Kupang Jaya dan Dapur Lestari dengan mempertahankan cita rasa dan kualitas kemasan, dan juga memiliki foto katalog agar lebih menarik pembeli baru.

# Hasil



# Manfaat Penelitian

- 1) Pelaku UMKM Kupang Jaya dan Dapur Lestari telah mengetahui bagaimana cara mengelola media sosial yang berdampak penting dalam strategi pemasaran.
- 2) Pelaku UMKM telah memahami pentingnya memiliki logo dalam setiap usaha agar lebih dikenal oleh konsumen.
- 3) Peningkatan kemampuan dalam melakukan foto produk dan mendesainnya menggunakan aplikasi edit yang ada di smartphone agar lebih menarik.

# Referensi

- Rochmaniah, A., & Febriana, P. (2023). PENDAMPINGAN UMKM SAMBAL KEMASAN DALAM MENGHADAPI PERSAINGAN EKONOMI KREATIF PADA MEDIA SOSIAL. *Jurnal Abditani*, 6(2), 204-209.
- Agustin, Dinni, and Rush Adiyati Rushadiyati. "Pelatihan Membuat Foto Produk dengan Kamera *Smartphone* Bagi Usaha." *jurnal pelayanan dan pengabdian masyarakat*, 2022: 39-44.
- Andriana, A., Saputri, F. A., & Ardiantoro, L. "Peningkatan omset penjualan melalui pembuatan logo dan promosi media online UMKM jamur kebontunggul." *Prosiding SNP2M (Seminar Nasional Penelitian dan Pengabdian Masyarakat) UNIM*, 2020: 160-165.
- Destrina, A. A., Lukyanto, G. C., Dewanti, M. C., & Aminah, S. "Pentingnya Peran Logo Dalam Membangun Branding Pada UMKM Rajutan BKL Bismo." *Literasi: Jurnal Pengabdian Masyarakat dan Inovasi*, 2022: 1473-1478.
- Junita Pramita Sari, Nurjanti Takarini. "Pendampingan Branding Dan Digital Marketing Untuk Meningkatkan Penjualan Produk UMKM Catering Di Kelurahan Kepanjen Kidul, Kota Blitar." *jurnal pengabdian dan kemitraan masyarakat*, 2023: 55-62.
- Mubarok, Z., & Sandi, S. P. H. "PEMBUATAN LOGO MENGGUNAKAN APLIKASI CANVA BAGI PELAKU UMKM KERIPIK PISANG DI DESA KERTARAHARJA." *ABDIMA JURNAL PENGABDIAN MASYARAKAT*, 2023: 3433-3437.

# Referensi

- Mukti, R . P. K., & Ainur Rochmaniah. "Instagram Analysis@ Cash Official As Bean Bag Promotion Media." Indonesian Journal Of Innovation Studies, 2023.
- Nugarha, H. S., & Ariyanti, F. "Penerapan Branding Pada UKM Makanan Ringan Di Kabupaten Jepara." Jurnal Administrasi Bisnis, 2017: 16-23.
- Riyanto, S., Azis, M. N. L., & Putera, A. R. "Pendampingan UMKM dalam Penggunaan Digital Marketing Pada Komunitas UMKM di Kabupaten Madiun." Jurnal Khatulistiwa Informatika, 5(1), 2022: 137-142.
- Tri Putri Agustin, Poppy Febriana. "Traveloka Digital Marketing Strategy Analysis Through Instagram." Indonesia Journal Of Innovation Studies, 2023: 10-21070.
- Aesthetika, N. M., Febriana, P., Choiriyah, I. U., Safitri, R., & Bakta, N. A. (2023). Sustainable Branding for Local Products: Empowering Rural Economic Development. Indonesian Journal of Cultural and Community Development, 14(2).

