

WORKSHOP DESAIN GRAFIS UNTUK MENINGKATKAN IDENTITAS UMKM

Andri Nata^{1*}, Febby Madonna Yuma¹, Iin Almeina Lubis¹

¹Sistem Informasi, STMIK Royal Kisaran

email: *andrinata0202@gmail.com

Abstract: The Graphic Design Workshop to Enhance SME Identity is an initiative aimed at empowering micro, small, and medium enterprises through the strengthening of their visual identity. In today's competitive digital era, a strong and consistent visual identity is a key factor in attracting customers' attention and building a trustworthy brand. This workshop is designed to provide intensive training to SME practitioners on the basic principles of graphic design, the use of design software, and effective visual identity development strategies. Through a practical and interactive approach, participants will learn how to create logos, product packaging, promotional materials, and engaging, professional social media content. The expected outcome of this workshop is an improvement in participants' graphic design skills that can be directly applied to their businesses, thereby increasing competitiveness and market visibility. Evaluation of the workshop shows that participants experience significant improvements in design skills and understanding of the importance of a strong visual identity for business growth. This workshop demonstrates that with the right support and training, SMEs can leverage graphic design to build a unique and captivating identity, ultimately contributing to the success of their businesses.

Keywords: Graphic Design; Logo; UMKM;

Abstrak: Workshop Desain Grafis untuk Meningkatkan Identitas UMKM adalah sebuah inisiatif yang bertujuan untuk memberdayakan usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) melalui penguatan identitas visual mereka. Dalam era digital yang kompetitif ini, identitas visual yang kuat dan konsisten menjadi faktor kunci untuk menarik perhatian pelanggan dan membangun brand yang terpercaya. Workshop ini dirancang untuk memberikan pelatihan intensif kepada pelaku UMKM tentang prinsip-prinsip dasar desain grafis, penggunaan perangkat lunak desain, dan strategi pengembangan identitas visual yang efektif. Melalui pendekatan praktis dan interaktif, peserta akan belajar cara membuat logo, kemasan produk, materi promosi, serta konten media sosial yang menarik dan profesional. Hasil yang diharapkan dari workshop ini adalah peningkatan kemampuan desain grafis peserta yang dapat diterapkan langsung pada usaha mereka, sehingga meningkatkan daya saing dan visibilitas di pasar. Evaluasi dari workshop menunjukkan bahwa peserta mengalami peningkatan signifikan dalam keterampilan desain dan pemahaman tentang pentingnya identitas visual yang kuat untuk pertumbuhan bisnis. Workshop ini membuktikan bahwa dengan dukungan dan pelatihan yang tepat, UMKM dapat memanfaatkan desain grafis untuk membangun identitas yang unik dan memikat, yang pada akhirnya berkontribusi pada keberhasilan usaha mereka.

Kata kunci: Desain Grafis; Logo; UMKM;

PENDAHULUAN

Usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) memiliki peran penting

dalam perekonomian, khususnya di negara berkembang. Kontribusi UMKM terhadap penciptaan lapangan kerja, peningkatan pendapatan, dan pertumbuhan

ekonomi tidak dapat dipandang sebelah mata (Iskandar et al., 2023). Namun, tantangan yang dihadapi UMKM dalam meningkatkan daya saing di pasar global sangat besar. Salah satu faktor kunci yang dapat membantu UMKM bersaing adalah memiliki identitas visual yang kuat dan konsisten. Identitas visual yang baik tidak hanya membantu dalam menarik perhatian pelanggan, tetapi juga membangun kepercayaan dan kesetiaan mereka terhadap brand (Puspasari, 2023).

Identitas visual yang kuat dapat meningkatkan daya tarik produk dan jasa UMKM serta meningkatkan eksposur brand di pasar yang lebih luas (Mitrović et al., 2020). Hal ini menunjukkan bahwa investasi dalam desain grafis bukanlah hal yang bisa diabaikan oleh UMKM. Namun, banyak pelaku UMKM yang masih belum menyadari pentingnya desain grafis atau tidak memiliki kemampuan yang cukup dalam bidang ini.

Workshop Desain Grafis untuk Meningkatkan Identitas UMKM bertujuan untuk menjawab tantangan tersebut dengan memberikan pelatihan yang komprehensif kepada pelaku UMKM. Melalui workshop ini, peserta akan mendapatkan pengetahuan dan keterampilan praktis dalam desain grafis, termasuk pembuatan logo, kemasan produk, dan materi promosi digital. Dengan demikian, diharapkan UMKM dapat mengembangkan identitas visual yang lebih profesional dan menarik, yang pada gilirannya dapat meningkatkan daya saing dan keberhasilan usaha mereka di pasar.

Pendapat lain juga menekankan bahwa pelatihan yang terstruktur dan berkelanjutan dapat memberikan dampak positif terhadap kemampuan desain grafis pelaku UMKM serta pemahaman mereka tentang pentingnya identitas visual (Ainun et al., 2023). Oleh karena itu,

workshop ini diharapkan tidak hanya menjadi solusi jangka pendek, tetapi juga memberikan dampak jangka panjang yang signifikan bagi pertumbuhan dan perkembangan UMKM (Hafsah, 2004).

METODE

Workshop Desain Grafis untuk Meningkatkan Identitas UMKM dilaksanakan menggunakan pendekatan partisipatif dan praktis untuk memastikan keterlibatan aktif peserta dan penerapan langsung dari keterampilan yang diperoleh. Metode yang digunakan dalam workshop ini mencakup beberapa tahapan utama, yaitu Persiapan, Pelaksanaan, dan Evaluasi. Berikut adalah penjelasan rinci dari setiap tahapan :

Persiapan Kegiatan.

Sebelum workshop dimulai, dilakukan survei awal untuk mengidentifikasi kebutuhan dan tingkat pengetahuan dasar peserta mengenai desain grafis. Survei ini bertujuan untuk menyesuaikan materi yang akan disampaikan sesuai dengan kebutuhan spesifik UMKM (Tenggara et al., 2023).

Adapun materi dan modul pelatihan dikembangkan berdasarkan hasil survei awal. Modul mencakup topik-topik seperti dasar-dasar desain grafis, penggunaan perangkat lunak desain (Photoshop), dan strategi pengembangan identitas visual. Setiap modul dirancang untuk mencakup teori dan praktik dengan porsi yang seimbang.

Pelaksanaan Kegiatan.

Workshop dilaksanakan dalam bentuk sesi-sesi teori dan praktik. Sesi teori mencakup pengenalan prinsip-prinsip desain grafis, pentingnya identitas visual, dan studi kasus. Sesi praktik

melibatkan latihan langsung dalam membuat logo, desain kemasan, dan materi promosi digital. Selama sesi praktik, peserta mendapatkan pendampingan langsung dari instruktur profesional. Selain itu, disediakan waktu khusus untuk konsultasi individual guna membahas tantangan spesifik yang dihadapi oleh masing-masing UMKM dalam mengembangkan identitas visual mereka).

Evaluasi Kegiatan.

Setelah workshop, dilakukan penilaian keterampilan untuk mengukur peningkatan kemampuan desain grafis peserta. Penilaian ini mencakup tes praktis dan presentasi hasil karya yang telah dibuat selama workshop. Peserta diminta untuk memberikan feedback mengenai keseluruhan pelaksanaan workshop. Feedback ini digunakan untuk mengevaluasi efektivitas metode yang digunakan serta sebagai bahan pertimbangan untuk perbaikan di masa mendatang (Noor Laila Ramadhani et al., 2022). Untuk memastikan keberlanjutan peningkatan keterampilan, dilakukan tindak lanjut berupa sesi mentoring dan bimbingan online bagi peserta yang membutuhkan bantuan lebih lanjut dalam mengimplementasikan identitas visual yang telah dikembangkan (Chandra et al., 2019).

Laporan Kegiatan.

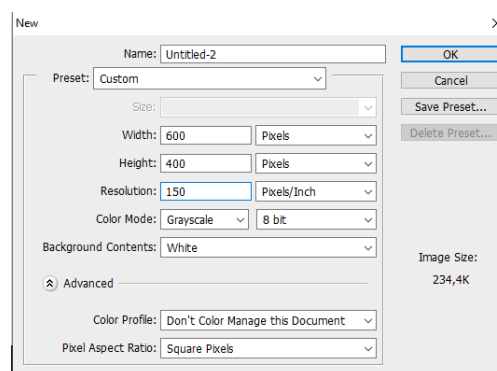
Workshop ini yang diadakan di sekolah SMA Almakshum berhasil meningkatkan keterampilan desain grafis peserta yang berjumlah , ditunjukkan dengan hasil karya yang mereka buat selama sesi praktik. Selanjutnya hasil dari workhsop ini akan dimuat dalam bentuk laporan yang akan kami serahkan ke pihak LPPM STMIK Royal Kisaran

PEMBAHASAN

Pelaksanaan kegiatan workshop ini diawali dengan pemaparan perbedaan dari logo dan brand agar peserta tidak salah mengartikan perbedaan dari logo dan brand. Logo adalah lambang atau simbol khusus yang mewakili suatu perusahaan atau organisasi. Sebuah logo bisa berupa nama, lambang atau elemen grafis lain yang ditampilkan secara visual (Ainun et al., 2023). Sebuah logo diciptakan sebagai identitas agar unik dan mudah dibedakan dengan perusahaan kompetitor/pesaing (Hafsah, 2004). Sedangkan brand adalah Brand (merek) berfungsi sebagai identitas suatu perusahaan atau organisasi. Namun brand tidak hanya digambarkan dalam sebuah simbol (seperti logo), brand bersifat menyeluruh. Brand bisa berupa Nama, simbol/logo, bentuk, iklan, slogan, maupun penggunaan kombinasi warna (Weleri & Kendal, 2023).

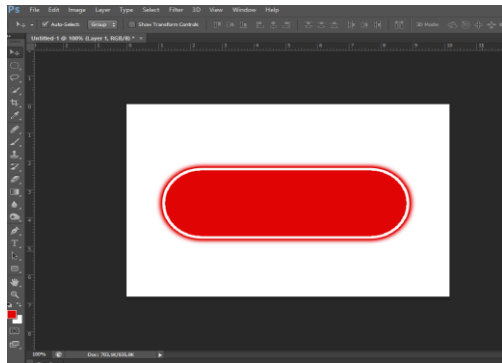
Membuat logo AsahanFood

Proses pembuatan logo dalam pelaksanaanaa workshop menggunakan software adobe photoshop.Pertama, mari kita buka software tersebut dengan ketentuan lembar kerja sebagai berikut :



Gambar 1. Lembar kerja photoshop

Selanjutnya membuat desain awal seperti oval seperti gambar berikut :

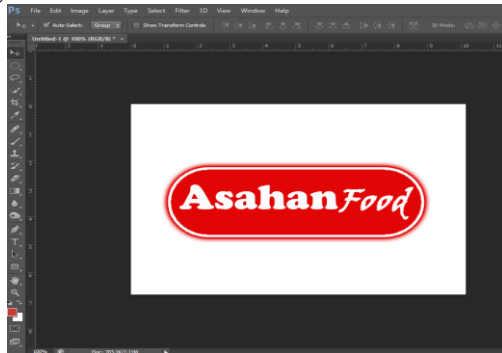


Gambar 2. Desain awal logo



Gambar 5. Desain katalog dan logo

Selanjutnya desain untuk pemberian nama pada logo tersebut seperti gambar dibawah ini



Gambar 3. Desain teks pada logo



Gambar 6. Kegiatan PKM foto bersama dengan perwakilan siswa

Berikan sentuhan objek berupa gambar untuk melengkapi logo tersebut seperti gambar dibawah ini :



Gambar 4. Desain akhir pada logo



Gambar 7. Pemaparan materi

UCAPAN TERIMA KASIH

Kami mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada seluruh peserta yang telah berpartisipasi dalam Workshop Desain Grafis untuk Meningkatkan Identitas UMKM (Bisnis & Medsos, 2021). Terima kasih juga kepada tim Dosen yang telah berbagi ilmu dan pengalaman mereka, serta kepada semua

pihak yang telah mendukung terlaksananya acara ini. Semoga pelatihan ini dapat memberikan manfaat nyata bagi pengembangan bisnis UMKM dan membantu meningkatkan daya saing di pasar. Kami berharap kerjasama dan dukungan ini dapat terus berlanjut di masa mendatang. Terima kasih.

DAFTAR PUSTAKA

- Ainun, N., Maming, R., & Wahida, A. (2023). Pentingnya Peran Logo Dalam Membangun Branding Pada Umkm. *Jesya*, 6(1), 674–681. <https://doi.org/10.36778/jesya.v6i1.967>
- Bisnis, D., & Medsos, D. (2021). *Pemanfaatan Desain Grafis Berbasis Android Untuk Promosi Produk*. 2(1), 52–56.
- Chandra, G. D., Halim S, L. V., & Yuwanto, L. (2019). Pengaruh Warna Logo Brand terhadap Brand Personality Gracia. *Calyptra*, 2(2), 1–12.
- Hafsah, M. . J. (2004). Upaya pengembangan usaha, mikro, kecil, dan menengah UMKM. *Jurnal Infoskop*, 1(Upaya pengembangan umkm), 1. <http://jurnal.unpad.ac.id/sosiohumaniora/article/view/12249/6227>
- Iskandar, J., Sari, Y. K., & Fathurrohman, A. (2023). Pelatihan Desain Mockup dan Logo Sebagai Branding Produk Untuk Meningkatkan Nilai Jual Bagi UMKM di Desa Rejotangan Kabupaten Tulungagung. *Jurnal Pengabdian Masyarakat Bangsa*, 1(8), 1417–1424. <https://doi.org/10.59837/jpmba.v1i8.373>
- Mitrović, K., Jakšić, A., & Spajić, J. (2020). The analysis of graphic design platforms used in social media marketing. *International Symposium on Graphic Engineering and Design*, 651–657. <https://doi.org/10.24867/GRID-2020-p74>
- Noor Laila Ramadhani, Ari Eko Budiyo, & Ahmad Ali. (2022). Illustration Graphic Design Training for Small Businesses as a Form of Business Development. *Asian Journal of Community Services*, 1(6), 325–334. <https://doi.org/10.55927/ajcs.v1i6.2086>
- Puspasari, D. (2023). PENGARUH DESAIN LOGO DAN NAMA MEREK TERHADAP BRAND IMAGE MIXUE (Studi Kasus Pada Mahasiswa STIE Wibawa Karta Raharja). *Aliansi : Jurnal Manajemen Dan Bisnis*, 18(1), 41–48. <https://doi.org/10.46975/aliansi.v18i1.463>
- Tenggara, U. S., Kendari, K., & Tenggara, S. (2023). *Enchancing MSME Product Brand Identity Through Rebranding and Introducing Business Brand Image*. 05(03), 8512–8518.
- Weleri, K., & Kendal, K. (2023). Implementasi Desain Digital Kreatif Untuk Branding Produk Berbasis Mobile Untuk Pelaku Umkm Kecamatan Weleri Kabupaten Kendal. *Communnity Development Journal*, 4(6), 11961–11969.