



MENDUKUNG KEGIATAN UMKM (PENTOL BAKSO) DALAM PEMBENTUKAN *BRAND IDENTITY* DAN PENGOPTIMALAN PENGGUNAAN MEDIA SOSIAL SEBAGAI MEDIA PROMOSI

Novita Dwi Rahma Putri
Program Studi Ilmu Komunikasi
Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya
E-mail : novitadrp01@gmail.com

Jupriono
Program Studi Ilmu Komunikasi
Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya
E-mail : juprion@untag-sby.ac.id

Abstrak

Adanya wabah Covid-19 membuat penghasilan masyarakat menjadi terhambat dan berkurang. Salah satunya dirasakan pemilik UMKM Pentol Bakso yang ada di Kecamatan Tarakan barat mengalami dampak dari wabah covid-19. Kebanyakan permasalahan yang mereka hadapi disaat penjualan masa pandemi ini yaitu kurangnya pengetahuan pentingnya penggunaan media sosial sebagai sarana promosi dan pentingnya identitas brand untuk membentuk brand awarness. Mahasiswa membuat program membantu pembuatan 2 akun media sosial facebook dan instagram sebagai media promosi, lalu membuat logo dan banner untuk membentuk identitas UMKM. Hasilnya dengan pembentukan identitas membuat masyarakat lebih menyadari akan produk tersebut sedangkan promosi yang dilakukan secara online memudahkan pelaku UMKM berjualan walaupun hanya dari rumah dan bisa menjangkau pasar yang lebih luas lagi. Luaran yang dihasilkan berupa prosiding, artikel media massa, video kegiatan, poster dan karya desain seperti pembuatan logo dan banner. Hasil dari program membantu kegiatan UMKM diharapkan dapat membantu pemulihan perekonomian pemilik UMKM.

Kata kunci : *UMKM, media sosial, brand identity*

PENDAHULUAN

Program Pengabdian Masyarakat merupakan sebuah program pembelajaran mahasiswa Universitas 17 Agustus 1945 untuk mengembangkan kreatifitas mahasiswa dalam pengabdiannya kepada masyarakat. Program pengabdian dilakukan untuk mengembangkan tingkat kepedulian mahasiswa terhadap permasalahan yang terjadi di sekitar lingkungan. Dalam kegiatan tersebut, mahasiswa juga harus memberikan ilmu pengetahuan, informasi, dan teknologi untuk membantu menanggulangi apa saja permasalahan yang dirasakan oleh masyarakat. Program pengabdian juga mengharapkan agar mahasiswa memiliki kepribadian yang tangguh, unggul dan menjadi pribadi yang sangat berguna di masyarakat. Program pengabdian masyarakat yang akan dilakukan penulis yaitu membantu UMKM penjualan pentol bakso dalam pengoptimalan media sosial sebagai media promosi dan membantu membuat identitas UMKM dengan pembuatan logo dan banner serta membentuk packaging yang lebih menarik agar menambah minat konsumen. Akibat kurangnya pengetahuan tentang dunia teknologi digital membuat para pelaku UMKM hanya memasarkan penjualannya dari mulut ke mulut. Selain itu, dalam memasarkan penjualan mereka hanya



menggunakan plastik biasa sebagai packaging tanpa mencantumkan identitas produk. Sehingga mahasiswa membantu dalam pembuatan media sosial untuk UMKM. Media sosial merupakan media yang dapat memudahkan seseorang dalam berkomunikasi, mendapatkan informasi serta menjadi media promosi penjualan tanpa harus bertemu secara langsung. Media sosial yang akan digunakan sebagai media promosi yaitu Instagram, dan facebook *ads* dikarenakan 2 media ini merupakan media populer yang digunakan oleh banyak orang di seluruh penjuru dunia. Permasalahan yang ditemui pada UMKM yaitu pelaku UMKM belum mengerti bagaimana penggunaan media sosial sebagai media promosi usaha dalam memperkenalkan produknya kepada khalayak dan pelaku UMKM tidak memahami pentingnya *brand identity* yang dapat menjadi *awareness* bagi khalayak.

METODE PELAKSANAAN

Melakukan analisis terhadap situasi di sekitar warga RT 14 Kelurahan Karang Anyar Kota Tarakan. Dimasa pandemi yang sudah terjadi 2 tahun terakhir membuat masyarakat terkena dampak baik secara sosial maupun dari segi perekonomiannya. Permasalahan yang muncul saat ini adalah penurunan pendapatan dari penjualan UMKM yang merupakan dampak dari wabah Covid-19. Ditambah kurangnya pengetahuan masyarakat dalam memanfaatkan media sosial sebagai sarana promosi digital yang sangat berpengaruh di saat pandemi seperti ini. Setelah melakukan analisis dan menemukan permasalahan yang terjadi maka dibuat sebuah program dalam membantu dan mendampingi salah satu UMKM yang ada di wilayah RT 14 dalam meningkatkan penjualannya. Sebelum menjalankan program tersebut, mahasiswa terlebih dahulu berkoordinasi dengan Dosen Pembimbing Lapangan(DPL) agar program tersebut disetujui. Setelah mendapatkan persetujuan dari DPL selanjutnya meminta perizinan kepada ketua RT. 14 untuk dapat melaksanakan kegiatan pengabdian di lingkungan sekitar RT. 14. Lalu pelaksanaan program dilakukan selama 12 hari. Dalam kegiatan program mahasiswa melihat dan ikut serta dalam membantu proses pembuatan pentol bakso, membuat logo untuk produk UMKM, membuat banner agar mempermudah masyarakat menemukan lokasi UMKM, membantu promosi secara online dan membuat konten sebagai bahan promosi di media sosial Instagram dan facebook UMKM. Setelah pelaksanaan selesai memberikan cendramata kepada pelaku UMKM dan Ketua RT sebagai ucapan terima kasih telah mengizinkan untuk melaksanakan kegiatan pengabdian kepada masyarakat. Terakhir adalah penyusunan laporan akhir dari pengabdian masyarakat.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Membantu produksi pentol bakso yang merupakan salah satu dari program kegiatan yang dilakukan di lingkungan RT.14 No.16 Kelurahan karang anyar. Pentol bakso sangat tidak asing bagi masyarakat Indonesia, makanan yang berasal dari olahan daging sapi atau ayam ini dapat disajikan dengan bumbu apa saja sesuai selera masing- masing. Kegiatan yang dilakukan selama kegiatan pendampingan UMKM membuat pengetahuan baru bagi pelaku UMKM mengenali pemanfaatan media sosial dengan baik sebagai media promosi. Media sosial merupakan teknologi informasi yang berkembang sangat pesat, jumlah masyarakat yang aktif dalam media sosial lebih dari 80jt jiwa. Maka dari itu media sosial memudahkan UMKM dalam menjangkau konsumen hanya dengan melakukan promosi tanpa mengeluarkan biaya yang banyak. Facebook salah satu media sosial yang telah dibuat untuk UMKM agar melakukan promosinya diakun tersebut, facebook adalah media sosial paling populer di Indonesia. beragam fitur dapat digunakan oleh pelaku UMKM dalam memasarkan produknya seperti forum jual beli. Sedangkan media sosial Instagram yang kini memiliki



banyak pengguna dari berbagai kalangan, dapat digunakan sebagai media promosi penjualan. Instagram berfokus kepada foto yang menjadikan bahasan utama dalam berinteraksi di media sosial. Instagram juga memiliki fitur hastag yang hasilnya memudahkan orang lain untuk mencari atau menemukan produk yang diinginkan. Hal ini dimanfaatkan didalam promosi UMKM pentol bakso diakun instagramnya yang bernama @makyuss_pentol dan juga facebook yang bernama Pentol Maknyuss. Pada kegiatan pengabdian juga dilakukan foto produk pentol bakso sebagai bahan desain untuk pembuatan banner dan konten facebook maupun instagram. Setelah mendapatkan foto yang menarik dilakukan pembuatan logo dan banner agar menentukan identitas dari produk tersebut. Selesai pembuatan logo dan banner maka selanjutnya melakukan percetakan dengan ukuran banner 2X1 M dan logo dengan diameter 10cm. Logo sangat penting dalam sebuah perusahaan, tidak hanya menentukan identitas dari produk tetapi dapat memunculkan brand *awareness* bagi masyarakat sekitar.

Pentingnya pengetahuan teknologi bagi pemilik UMKM agar dapat meningkatkan penjualannya meskipun dalam masa pandemi seperti ini. Dari program yang dijalankan hasil yang sangat diharapkan dapat membantu pemilik UMKM untuk memperbaiki perekonomiannya yang telah turun selama pandemi.

SIMPULAN

Meskipun kegiatan pengabdian yang dilakukan disaat pandemi akan tetapi pengabdian untuk masyarakat tetap dapat dilaksanakan dengan selalu menaati protokol kesehatan. Mahasiswa diminta untuk peduli dengan permasalahan dilingkungan sekitar, dengan bekal ilmu pengetahuan maka mahasiswa siap untuk membantu masyarakat yang sedang kesusahan atau butuh bantuan salah satunya pada UMKM Pentol bakso UMKM yang terdampak dari adanya wabah covid-19 hingga mengalami penurunan omzet yang begitu besar. Pelaku UMKM yang kurang mengetahui media digital yang kini memudahkan para UMKM dalam melakukan aksi jual belinya di berbagai platform digital. Seperti media sosial Instagram dan facebook yang merupakan media populer dikalangan masyarakat Indonesia. begitu juga dengan identitas brand. Pemilik UMKM tidak menyadari bahwa pentingnya identitas brand untuk memunculkan *awareness* masyarakat terhadap produk yang kita jual. Sehingga mahasiswa membantu pemilik UMKM dalam pengoptimalan media sosial untuk sarana promosi dan membuat identitas brand dari produk tersebut. Dengan maksud agar produk tersebut lebih dikenal masyarakat sekitar dan meningkatkan perekonomian pemilik UMKM. Saran untuk pelaku UMKM agar terus mengembangkan dan berinovasi dengan produk yang mereka punya agar tetap dikenal oleh banyak orang.

UCAPAN TERIMA KASIH

Saya mengucapkan terima kasih karena dengan adanya bantuan beberapa pihak kegiatan pengabdian ini dapat berjalan dari awal hingga akhir dengan baik.

1. Universitas 17 agustus 1945 yang telah mengajarkan untuk peduli terhadap permasalahan di lingkungan sekitar dan dapat membantu masyarakat yang nmembutuhkan bantuan anak-anak muda seperti saya.
2. Terima kasih kepada dosen pembimbing lapangan bapak Drs. Jupriono M.Si yang telah mengarahkan kegiatan pengabdian agar berjalan dengan lancar dan semestinya
3. Terima kasih kepada Ketua RT.14 Kelurahan Karang Anyar yangtelah mengizinkan mahasiswa untuk melangsungkan kegiatan pengabdian di lingkungan sekitar RT.14
4. Terima Kasih juga kepada pemilik UMKM yang telah terbuka dalam menerima mahasiswa pengabdian untuk membantu usahanya.



DAFTAR PUSTAKA

Wuryandani, Dewi. 2020. "Dampak Pandemi Covid-19 Terhadap Pertumbuhan Ekonomi Indonesia 2020 Dan Solusinya". Kajian singkat terhadap isu aktual dan strategis, Vol. XII, No. 15.

https://berkas.dpr.go.id/puslit/files/info_singkat/Info%20Singkat-XII-15-I-P3DI-Agustus-2020-206.pdf

Darmastuti, Shanti. 2021. "COVID-19 dan Kebijakan dalam Menyikapi Resesi Ekonomi: Studi Kasus Indonesia, Filipina, dan Singapura". J. Madani., Vol. 4, No. 1, Maret 2021 (70 - 86)

<https://doi.org/10.33753/madani.v4i1.148>

Permana, Silvester Dian Handy & Cendana, Maya. 2019. "Pemanfaatan Media Sosial sebagai Strategi Promosi bagi Kelangsungan UMKM". Journal Community Development And Society. Volume 1 Ed 1, June 2019 Page 1 – 10.

<https://ejournal.unitomo.ac.id/index.php/pengabdian/article/view/1649/810>

Junaedi, Dedi & Slistia, Faisal. Dampak Pandemi Covid-19 Terhadap Pertumbuhan Ekonomi Negara-Negara Terdampak. Simposium Nasional Keuangan Negara 2020. Hal 995-1115.

<https://jurnal.bppk.kemenkeu.go.id/snkn/citationstylelanguage/get/apa?submissionId=600>

Maduwinarti, A., Andayani, S., Erni, D., & Putri, P. (n.d.). JHP 17 (Jurnal Hasil Penelitian) STRATEGI PEMASARAN PRODUK UMK DAN PENDAMPINGAN PROSES PRODUKSI DI DESA MINGGIRSARI KECAMATAN KANIGORO KABUPATEN BLITAR. *Januari, 2022*(1), 2579–7980. <http://jurnal.untag-sby.ac.id/index.php/jhp17>