

## **IBM PADA APLIKASI SUPERGRAFIS UNTUK MEDIA PROMOSI UKM TOKO BAJU BETOKDI PULAU UNTUNG JAWA, DKI JAKARTA**

Huddiansyah

Fakultas Desain dan Industri Kreatif, Universitas Esa Unggul, Jakarta  
Jalan Arjuna Utara, Tol Tomang, Kebon Jeruk, Jakarta Barat - 11510  
huddiansyah@esaunggul.ac.id

### **Abstract**

*Increasing tourist arrivals on Untung Jawa Island make business as a typical souvenir shop for Untung Jawa Island. However, it turns out that the UKM "Toko Baju Betok" does not have a logo that can later be applied to the UKM promotion media. Therefore, there needs to be a good logo change for companies that apply the principles of visual communication design that are disciplined and the right logo to adjust the concept of the SME-free-order that can be used to share knowledge or transfer knowledge and provide results modeling based on scientific visual communication design as a support service to independent entrepreneurial communities in order to be capable and have a comfortable feeling in the business according to their demands. The specific target to be conveyed is understanding and usefulness to implement or implement an effective design for UKM Betok Clothing Store in order to be able to adjust between the needs and the industrial world, as a support and source of devotion at this time and also in the design results of visual communication design. The method used for applications and models with delivery that uses the results of a 2-dimensional model of the model to improve the performance and the right work can really be adjusted and added competitiveness in the thousand islands*

**Keywords:** *ukm "betok clothing shop", supergraphic application, sme promotion media*

### **Abstrak**

Meningkatnya kunjungan wisatawan pada Pulau Untung Jawa membuat pelaku usaha kecil menengah terutama Toko Baju Betok melayani penjualan baju sebagai cinderamata khas Pulau Untung Jawa, Namun ternyata, UKM "Toko Baju Betok" tidak memiliki logo yang nantinya dapat diaplikasikan pada media promosi UKM tersebut. Oleh karena itu perlu adanya evaluasi logo yang baik bagi usaha sebagaimana diterapkan prinsip-prinsip desain komunikasi visual yang disiplin dan kriteria logo perlu disesuaikan konsep dari UKM-nya agar identitas tersebut dapat membawa kesan yang baik dimata konsumen selain itu juga untuk berbagi pengetahuan atau *transfer knowledgedan* memberikan hasil pemodelan berdasarkan keilmuan desain komunikasi visual sebagai pendukung pelayanan kepada masyarakat wirausaha mandiri agar berkemampuan dan memiliki perasaan nyamandalam mempromosi usahanya sesuai kebutuhannya. Target khusus yang ingin dicapai adalah pemahaman dan kemampuan untuk menerapkan atau mengaplikasikan keilmuan desain secara umum sebagai pendukung pelayanan kepada UKM Toko Baju Betok agar mampu menyesuaikan dari tuntutan dan kebutuhan dunia usaha dan dunia industri, sebagai pendukung dan sumber pustaka pengabdian pada masyarakat ini diberikan juga pada hasil rancangan desain komunikasi visual. Adapun metode yang digunakan berbentuk aplikasi perangkat lunak dan model dengan penyampaian yang praktis melalui hasil gambar 2 dimensi model untuk meningkatkan pelayanan kepada pelaku usaha dan perusahaan sehingga benar-benar dapat diterima dan menambah daya saing usaha di kepulauan seribu

**Kata kunci:** *ukm "toko baju betok", aplikasi supergrafis, media promosi ukm*

### **Pendahuluan**

Suatu Usaha Kecil Menengah (UKM) yang mempunyai Media Komunikasi Visual dapat memperbaharui bentuk desain yang ada, untuk menampilkan suatu citra dan identitas yang baru dan lebih baik. Hal inilah akan dilakukan pada *Toko Baju Betok* untuk memperbaharui desain komunikasi visual yang ada. Media promosi dipergunakan untuk membangun spirit secara internal diantara komponen yang ada di dalam perusahaan tersebut. Sebuah desain yang baik dan berhasil akan dapat menim-

bulkan sugesti yang kuat, membangun kepercayaan, rasa memiliki, dan menjaga *image* perusahaan pemilik desain itu. Keinginan dari pemilik perusahaan untuk melakukan *Re-design* media komunikasi visual pada UKM Kepulauan Untung Jawa yang bertujuan untuk melakukan *re-desain media promosi*, karena makna serta filosofi berdasarkan latar belakang toko. *Redesign* juga memiliki tujuan terhadap target *audience* sesuai dengan produknya merupakan produk yang bisa dimanfaatkan semua lapisan masyarakat.

Berdasarkan informasi yang penulis kemukakan di atas, *redesign* media promosi UKM Kepulauan Untung Jawa perlu dilakukan agar tercapainya tujuan perusahaan dalam membentuk identitas yang baik di masyarakat dan bidang usaha. Studi pendahuluan UKM di Pulau Untung Jawa pada konsumen dengan hambatan estetika dan prinsip-prinsip desain pada media promosi yang kurang ideal dan tidak menarik dari aspek estetika. Atas dasar hasil penelitian pendahuluan, maka Tim peneliti mencoba untuk merancang Media Promosi UKM Pulau Untung Jawa. Media Promosi yang dirancang untuk mewakili karakter dan menjadi identitas dari sebuah perusahaan, lembaga atau produk. Peneliti berharap dengan rancangan baru akan dapat meningkatkan *image* Usaha Kecil Menengah di Pulau Untung Jawa. Logo adalah sebuah simbol yang dirancang untuk mewakili karakter dan menjadi identitas dari sebuah perusahaan, lembaga atau produk.

Pemilik usaha kecil menengah tentu saja menginginkan sebuah logo yang *iconic* dan memiliki filosofis serta merepresentasikan usaha mereka, tidak hanya sebagai pemanis saja, logo juga diharapkan dapat berfungsi sebagai daya tarik konsumen untuk mengunjungi UKM mereka



Sumber: Huddiansyah

Gambar 1  
Situasi UKM di Pulau Untung Jawa



Sumber: Huddiansyah

Gambar 2

## Permasalahan Estetika Wujud UKM di Pulau Untung Jawa

Batasan masalah dalam penelitian ini adalah peneliti hanya membatasi pada ruang lingkup logo dan media promosi untuk UKM "Toko Baju Betok". Latar belakang pengaplikasian ilmu teknologi pada masyarakat melalui aplikasi supergrafis media promosi adalah untuk meningkatkan *image* suatu usaha sebagai batasan masalah karena disebabkan oleh banyaknya keluhan dari pemilik UKM "Toko Baju Betok", yaitu tidak adanya media promosi pada usahanya. Konsumen hanya mengetahui bahwa "Toko Baju Betok". Selain itu, yang akan dibatasi adalah dilakukan desain logo sebagai unsur estetika yang tepat dalam menunjang *image* unit usaha ini. Estetika juga merupakan bagian penunjang dari penampilan interior / eksterior yang apik agar dapat diselaraskan dengan lingkungan wisata Pulau Untung Jawa yang baik. Tak luput selain permasalahan estetika, maka sepatutnya logo tersebut harus mengangkat permasalahan aspek dari sisi grafisnya juga agar menjadi lengkap sebuah keilmuan desain

Dari latar belakang dapat dirumuskan permasalahan yaitu "Bagaimana merancang media promosi UKM 'Toko Baju Betok' di Pulau Untung Jawa melalui aplikasi supergrafis yang berguna untuk ilmu teknologi pada masyarakat sehingga rancangan media promosi dapat tepat sasaran sesuai dengan target market UKM tersebut?"

Berdasarkan analisa rumusan masalah maka dirumuskan tujuan dan perancangan pengabdian masyarakat ini adalah untuk menemukan logo yang optimal dan berkarakteristik sehingga dapat diaplikasikan pada media promosi menggunakan aplikasi supergrafis pada "Toko Baju Betok".

Adapun Manfaat Perancangan adalah sebagai berikut :

1. Manfaat yang diharapkan dari pengabdian masyarakat ini dapat dijadikan pedoman dan masukan bagi desainer komunikasi visual khususnya dalam merancang Logo.
2. Hasil pengabdian masyarakat dapat diaplikasikan dalam UKM lainnya sehingga membawa perubahan pada estetika lingkungan wisata di Pulau Untung Jawa Kepulauan Seribu.

## Metode Pelaksanaan

Berawal dari Kunjungan penulis ke ke Pulau Untung Jawa untuk melihat situasi Usaha Kecil Menengah disana dilakukan pada 1 Maret sampai dengan 31 Mei 2018, bersamaan dengan kunjungan mahasiswa desain ke Pulau Untung Jawa dalam rangka kunjungan Tinjauan Desain Komunikasi Visual tahun 2018. Pada kunjungan tersebut dibiarkan kemungkinan penulis melakukan Pengab-

dian kepada masyarakat setelah melakukan pertemuan dengan pemilik Usaha Kecil Menengah "Toko Baju Betok". Pelaksanaan disepakati dengan tenggat waktu lebih kurang 3 bulan setelah dari pertemuan ini. Pelaksanaan P2M ini melibatkan beberapa pokok yang dibahas selain logo. Pokok bahasan yang lain adalah tentang media promosi dan *signage* pada UKM di Pulau Untung Jawa. Berikut jadwal kegiatan pengabdian di Pulau Untung Jawa antara lain :

Tabel 1  
Jadwal Kegiatan P2M

No	Tanggal	Kegiatan
1	1 Maret 2018	Survey dan pencarian data Pembagian tema dan tugas yang disesuaikan 1. Tema Logo 2. Tema Media Promosi
2	8 Maret 2018	Analisis dan kajian berdasarkan masing-masing tema
3	15 April 2018	Pembuatan rekayasa Model berdasarkan masing-masing tema (hasil ada pada bab pembahasan masing-masing tema)
4	31 Mei 2018	Laporan Akhir dan hasil untuk media promosi "Toko Baju Betok"



Sumber : Huddiansyah

Gambar 3

Penulis dalam Pengabdian Kepada Masyarakat di Pulau Untung Jawa

keruangan secara langsung dari segala arah yang memungkinkan. Merujuk Ponty (Adian, Donny Gahral, 2010) tentang kehadiran ke dunia, tidak lain melalui tubuh dengan tindak motorik dan persepsi, oleh Brower disebutkan atas-bawah, kanan-kiri, dan muka-belakang dari tubuh kita, termasuk pengalaman rendah dan tinggi dalam engamatan fenomenologi. Cara pengamatan yang emikian dilalui untuk mencapai pengamatan cermat yang bersandar kepekaan *pancaindera* yang berhubungan langsung dengan obyek yang tampil melalui; ketajaman melihat, ketajaman mengecap dengan lidah, ketajaman membaui, ketajaman mendengar, kepekaan meraba melalui kulit. Dalam *Grouded Theory* (Yuke Ardhianti, 2012) tidak dikenal adanya Hipotesis, akan tetapi diperkenankan sebuah Hipotesis Kerja (Anselm L Strauss and Juliet Corbin, 1990) yang dideskripsikan sebagai sebuah pernyataan.

Analisis awal dipaparkan secara deskripsi pada masing-masing obyek melalui pengamatan intensif dengan bantuan dokumentasi berdasarkan kategori yang sudah ditentukan sebelumnya. Penarikan dalam kesimpulan berupa deskripsi dari hasil analisis yang akan menjawab perumusan masalah penelitian ini.



Sumber : Huddiansyah

Gambar 4

Penulis dalam Pengabdian Kepada Masyarakat di Pulau Untung Jawa

Adapun metode pengamatannya dilakukan secara fenomenologi, yaitu :

Fenomenologi (Gunawan Tjahjono, 1999) ditujukan untuk membimbing penelitian di ranah desain termasuk arsitektur dan interior dilalui secara mendalam bersandar intuisi dan intelektualitas peneliti. Fenomenologi sebagai *a way of looking at things* (Adian, Donny Gahral, 2010) bagi gejala yang menampilkan diri untuk dilukiskan melalui penelitian *intensionalisme*. Untuk memahami permasalahan pencahayaan, dilakukan dengan mengalami

## Hasil dan Pembahasan

"Toko baju Betok" adalah salah satu unit UKM berupa Toko Baju yang berada di Pulau Untung Jawa. Unit UKM ini menjual baju seragam dan keperluan alat sekolah untuk masyarakat di Pulau Untung Jawa.

Belum adanya media promosi baik logo maupun papan reklame usaha pada "Toko Baju Betok", yang menjadi identitas UKM dan menjadi daya tarik untuk konsumen serta membawa peru-



bahan pada estetika lingkungan wisata di Pulau Untung Jawa, Kepulauan Seribu.

Dari hasil wawancara pemilik unit UKM "Toko Baju Betok", bahwa tidak adanya logo pada UKM ini adalah karena pemilik berpikiran belum ada logo yang cocok untuk menggambarkan unit usaha, Jadi belum ada eksplorasi dan eksperimen logo di Toko Baju Betok, karena pemilik belum mengerti pada kebutuhan akan logo dan papan reklame, Namun sayangnya dengan tidak adanya logo pada UKM ini. membuat pengunjung pun menjadi bingung pada identitas usaha "Toko Baju Betok"

### Merancang Logo Untuk Media Promosi

#### SWOT

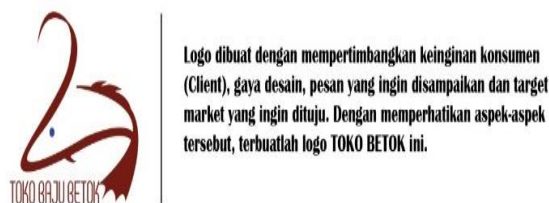
**Strength (Kekuatan)** – Toko Betok sebagai satu-satunya toko yang menyediakan seragam sekolah menjadi keunikan yang membedakan Toko Betok dari toko-toko lain. Sehingga *branding* akan difokuskan pada bagaimana pemikiran masyarakat dan wisatawan mengenai Toko Betok akan langsung kepada hal yang berhubungan dengan seragam sekolah. Dari segi lokasi, toko betok sendiri selain berada di tengah-tengah permukiman juga dekat dengan dermaga sehingga mudah dijangkau.

**Weakness (Kelemahan)** – Pengaturan barang-barang yang kurang tertata sehingga tampilan toko kurang menarik dibandingkan toko-toko lain, juga minimnya *design* pendukung (seperti logo, spanduk, *banner*) sehingga toko kurang menarik wisatawan.

**Threats (Ancaman)** – Banyaknya toko -toko sejenis Toko Betok dapat menjadi saingan tersendiri.

**Opportunities (Kesempatan)** – Dengan adanya *branding* Toko Betok ini, diharapkan tidak hanya masyarakat sekitar yang mengenal Toko Betok sebagai satu-satunya penjual seragam sekolah juga dapat dikenal dan diingat oleh wisatawan.

#### GRAPHIC STANDARD MANUAL



Sumber : Huddiansyah

Gambar 5  
Graphic Standar Manual untuk Toko Baju Betok

#### LOGOGRAM



Logogram dibuat berbentuk ikan betok sesuai dengan nama toko, TOKO BETOK dengan bentuk yang dibuat lebih sederhana dari bentuk asli ikan betok. Bentuk ikan betok juga dibuat membentuk gantungan pakaian sebagai simbol dari jenis TOKO BETOK sebagai toko pakaian.

#### LOGOTYPE

TOKO BAJU BETOK

Logotype dibuat bertuliskan TOKO BAJU BETOK untuk memperjelas jenis TOKO BETOK sebagai toko yang menjual pakaian dalam berbagai jenis. Logotype menggunakan font breve SC, dipilih karena font ini selain berbentuk sederhana, font ini juga memiliki bentuk dengan lekukan-lekukan yang tepat untuk mewakili suatu toko pakaian.

Sumber : Huddiansyah

Gambar 6  
Graphic Standar Manual untuk Toko Baju Betok



Sumber: Huddiansyah

Gambar 6  
Reklame Kayu Logo UKM Toko Baju Betok di Pulau Untung Jawa

### Kesimpulan

Dalam kunjungan peneliti pada Pulau Untung Jawa, UKM "Toko Baju Betok" Kepulauan Seribu, didapatkan kesimpulan sebagai berikut: Masyarakat khususnya pemilik UKM belum sadar akan pentingnya logo dan papan reklame pada usaha mereka, masih kurangnya pengetahuan masyarakat akan estetika dan pengaplikasiannya dalam usaha mereka. Pengaplikasian desain ini sebagai pendukung pelayanan kepada masyarakat wirausaha mandiri agar berkemampuan dan memiliki perasaan nyaman dalam mempromosi usahanya sesuai kebutuhannya. Target khusus yang ingin dicapai adalah pemahaman dan kemampuan untuk menerapkan atau mengaplikasikan keilmuan desain.

## **Daftar Pustaka**

- Adian, Donny Gahral. (2010). *Pengantar Fenomenologi*. Depok: Penerbit Koekoesan.
- Bogdan, Robert C. Dan Steven J. Taylor. (1992). *Introduction to Qualitative Research Methods : A Phenomenological Approach in the Social Sciences*, alih bahasa Arief Furchan, John Wiley dan Sons, Surabaya, Usaha Nasional.
- Brouwer, MAW. (1983). *Psikologi Fenomenologis*. Jakarta: PT Gramedia.
- Daymon, Cristin, dan Holloway, Immy. (2008). *Metode-metode Riset Kualitatif dalam Public Relations dan Marketing Communication*. Yogyakarta: Bentang.
- Kusrianto, Adi. (2007). *Pengantar Desain Komunikasi Visual*. Yogyakarta: CV.Andi Offset.
- Nugroho, Eko. (2008). *Pengenalan Teori Warna*. Yogyakarta: Andi Yogyakarta.
- Rustan, Surianto. (2009). *Layout Dasar dan Penerapannya*. Jakarta: Gramedia.
- Rustan, Surianto. (2013). *Mendesain Logo*. Yogyakarta: CV.Andi Offset. Jakarta: gramedia.