

PRAKTIK DESAIN LOGO DAN FEEDS INSTAGRAM PRODUK OLAHAN MANGROVE MENGGUNAKAN APLIKASI CANVA

¹Marulan Andivas, ²Denita Maharani

¹Program Studi Teknik Industri, Fakultas Teknologi Industri, Universitas Balikpapan

²Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Balikpapan

Email: andivas@uniba-bpn.ac.id, denitamaharani77@gmail.com

ABSTRAK

Kegiatan ini bertujuan untuk meningkatkan kesadaran akan pentingnya penerapan digital marketing bagi sebuah usaha dalam meningkatkan branding. Melalui pembuatan logo, produk olahan mangrove menjadi lebih mudah dikenali dan dibedakan dengan produk pesaing. Informasi produk dapat lebih mudah dijangkau konsumen melalui feeds Instagram. Terdapat dua metode dalam menjalankan kegiatan ini. Pertama, observasi berupa pertanyaan-pertanyaan. Kedua, pelaksanaan kegiatan melalui seminar atau pemberian materi serta praktik. Masyarakat menjadi tahu alat desain grafis Canva, cara mengakses, fitur-fitur, cara penggunaannya, serta informasi apa yang sebaiknya difokuskan dalam sebuah desain untuk meningkatkan keunggulan produk, seperti produk yang diproduksi dan jenis mangrove sebagai bahan baku utama. Melalui kegiatan ini, produk olahan mangrove mempunyai platform khusus untuk memasarkan produknya, tanpa tercampur dengan media sosial pribadi.

Keywords: Canva, Digital marketing, Logo, Media Sosial

ABSTRACT

This activity aims to increase awareness of the importance of implementing digital marketing for a business in improving branding. Through the creation of a logo, mangrove processed products become more recognizable and differentiated from competitors' products. Product information can be more easily reached by consumers through Instagram feeds. There are two methods in carrying out this activity. First, observation in the form of questions. Second, the implementation of activities through seminars or the provision of materials and practices. The public became aware of Canva's graphic design tool, how to access, features, how to use it, and what information should be focused on in a design to increase product excellence. such as the products produced and the type of mangrove as the main raw material. Through this activity, mangrove products have a special platform to market their products, without being mixed with personal social media.

Keywords: Canva, Digital marketing, Logo, Social Media

1 PENDAHULUAN

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) mempunyai kinerja lebih baik dalam tenaga kerja yang produktif, meningkatkan produktivitas tinggi, dan mampu hidup di sela-sela usaha besar [1]. Melalui digital marketing, UMKM dapat memperluas eksposur dan menjangkau calon konsumen yang lebih luas [2]. Digital marketing merupakan suatu proses untuk memasarkan atau mempromosikan produk dengan tujuan mendapatkan konsumen sebanyak-banyaknya [3]. Digital marketing berperan penting untuk membangun hubungan yang kuat dengan konsumen serta mampu mencakup kemampuan untuk melakukan banyak hal yang bisa menjangkau konsumen [4].

Kurangnya pemanfaatan digital marketing pada produk olahan mangrove yang diproduksi oleh POKDARWIS (Kelompok sadar Wisata) di Kelurahan Mentawir mengakibatkan adanya keterbatasan dalam mencapai konsumen yang lebih luas dan potensial. Hal ini dikarenakan belum

adanya platform atau wadah dalam memasarkan produk, baik itu media sosial maupun logo. Pemasaran produk olahan mangrove masih dilakukan melalui akun media sosial pribadi. Melakukan penggabungan media sosial pribadi dengan usaha dapat membuat konten dan interaksi pelaku usaha terlihat kurang profesional [5], karena sulit untuk memisahkan aktivitas dan interaksi yang berkaitan dengan usaha dari yang bersifat pribadi serta dapat merugikan citra merek, mempengaruhi kesan yang diberikan kepada konsumen dan pengikut potensial.

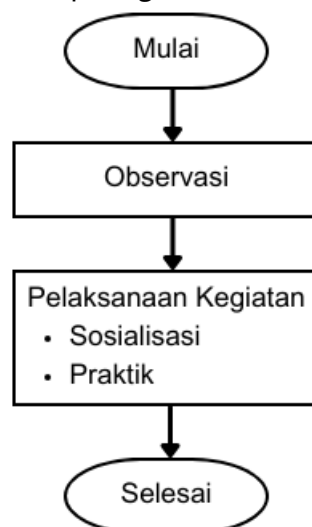
Pada era teknologi saat ini, promosi yang menarik sangat penting untuk menarik perhatian lebih banyak orang. Memasarkan produk dapat memanfaatkan digital marketing, hal tersebut mampu mendorong penjualan produk menjadi lebih luas, membangun citra merek melalui konten yang relevan dan strategi pemasaran yang tepat [6]. Membuat logo untuk UMKM dapat meningkatkan nilai jual produk dan membantu konsumen membedakan serta mengenali barang yang dijual [7]. Dengan alat desain grafis seperti Canva, dapat membuat materi promosi dengan mudah dan terlihat profesional [8].

Media sosial menjadi inti penting dalam kehidupan, yang memiliki fungsi penting dalam menghubungkan orang-orang secara global [9]. Platform seperti Facebook, Telegram, Tiktok, Youtube, Twitter, dan Instagram menawarkan media untuk bertukar informasi, pengalaman, dan pemikiran secara cepat dan efisien [10]. Instagram merupakan salah satu platform yang banyak diminati sebagai sarana digital marketing, dengan menggunakan beberapa fitur menarik seperti instastory, live, reels, dan feeds (postingan Instagram). Feeds (postingan Instagram) adalah halaman utama yang berisi foto/video yang diunggah oleh penggunanya.

Melalui praktek desain logo dan feeds Instagram ini, diharapkan dapat meningkatkan kesadaran pelaku usaha di POKDARWIS agar lebih memanfaatkan penggunaan digital marketing dalam keberlangsungan usaha produk olahan mangrove, karena pemanfaatan digital marketing yang baik dapat memberikan banyak manfaat bagi usaha yang dijalankan, mulai dari peningkatan penjualan hingga membangun branding yang kuat, memperluas pangsa pasar, menciptakan identitas visual yang konsisten melalui pembuatan logo, serta menyampaikan informasi penting mengenai produk kepada followers melalui feeds Instagram.

2 METODE PELAKSANAAN

Kegiatan ini melewati dua tahapan metode yaitu observasi serta pelaksanaan kegiatan melalui seminar dan praktik, seperti ditunjukkan pada gambar 1.



Gambar 1 Metode Pelaksanaan

1) Observasi

Observasi dilakukan dengan memberikan pertanyaan-pertanyaan seputar digital marketing sebagai bahan informasi dalam melaksanakan program kerja, sebelum pada akhirnya menentukan materi apa saja yang sebaiknya diberikan kepada audiens.

2) Pelaksanaan Kegiatan

Kegiatan ini direncanakan akan diselenggarakan pada hari Senin, 12 Februari 2024 di POKDARWIS (Kelompok Sadar Wisata). Adapun penyampaian materi dilakukan dengan dua metode, yaitu seminar dan praktik.

a) Sosialisasi

Metode seminar ini digunakan sebagai sarana dalam menyampaikan materi kepada *audiens*. Dalam metode seminar ini, dijelaskan garis besar materi yang akan dibahas dan dipraktikkan yaitu mengenai pentingnya *digital marketing*. Metode seminar ini dimulai dengan menjelaskan terlebih dahulu apa itu logo dan *feeds* Instagram serta apa kaitannya *digital marketing* dalam dunia usaha, seberapa besar *digital marketing* berdampak dari segi peningkatan penjualan, memperluas jangkauan konsumen, dan peran penting *digital marketing* dalam sebuah pameran UMKM.

b) Praktik

Metode praktik ini digunakan untuk memudahkan *audiens* melihat dan memahami secara langsung materi yang disampaikan melalui pengalaman praktis, dengan begitu *audiens* dapat mengembangkan Pemahaman yang lebih dalam terhadap informasi yang disampaikan serta meningkatkan motivasi *audiens* karena memberikan pengalaman yang lebih menarik dan relevan. Dalam metode ini, kegiatan penyampaian materi dilakukan melalui praktik secara langsung menggunakan aplikasi Canva, yang diawali dengan memperkenalkan apa itu Canva, bagaimana cara mengaksesnya, baik melalui *handphone* maupun laptop, serta cara mendaftar jika belum mempunyai akun. Memperkenalkan fitur-fitur apa saja yang terdapat di Canva, bahwa kita tidak hanya dapat membuat desain logo dan *feeds* Instagram saja, tetapi ada banyak sekali referensi dan *template*, seperti desain banner, kartu nama, CV, desain presentasi, dan masih banyak lagi. Lalu masuk ke materi utama yaitu praktek desain logo dan *feeds* Instagram melalui screen recording video sekaligus mkenyampaikan fitur-fitur apa saja yang dapat dimanfaatkan, letak tools jika ingin menambahkan gambar, mengubah jenis dan ukuran huruf, mengganti warna, membuat efek pada tulisan. Selain itu, memberi pemahaman informasi apa saja yang sebaiknya dimasukkan ke dalam desain logo dan *feeds* Instagram dengan tujuan untuk memfokuskan keunggulan produk, seperti elemen desain atau simbol khas, maka akan lebih mudah untuk dikenali oleh konsumen.

3 HASIL DAN PEMBAHASAN

Praktik desain logo melibatkan informasi produk yang dijual dan jenis mangrove yang digunakan. seperti sirup mangrove, teh mangrove, kopi mangrove, dodol mangrove, dan bedak dingin mangrove adalah contoh produk yang menggunakan mangrove sebagai bahan utama. Produk-produk ini dapat dipromosikan melalui *feeds* Instagram dengan memanfaatkan fitur-fitur didalamnya. Dalam melaksanakan kegiatan ini, hasil yang didapatkan yaitu tanggapan aktif dari *audiens* yang tertarik dan terlibat. *Audiens* tidak hanya memperhatikan, tetapi juga bertanya. Hal tersebut menunjukkan rasa ingin tahu yang tinggi terhadap informasi yang disampaikan.

Melalui kegiatan ini, UMKM di POKDARWIS yang memproduksi olahan mangrove menjadi lebih paham dan sadar akan pentingnya memanfaatkan *digital marketing* serta meningkatkan pemahaman masyarakat tentang penggunaan Canva sebagai alat desain grafis dan kemudahan yang terdapat didalamnya. Kegiatan ini dihadiri oleh Bapak Lamale selaku ketua POKDARWIS. Hasil desain logo dan *feeds* Instagram, termasuk akun media sosial Instagram telah diberikan kepada pihak POKDARWIS yang biasanya memasarkan produk olahan mangrove.



Gambar 2 Foto Bersama Bapak Lamale Selaku Ketua POKDARWIS

Sosialisasi ini dilakukan dengan tujuan untuk memberikan pemahaman mengenai perlunya setiap usaha memiliki logo dan media sosial yang secara khusus digunakan untuk memasarkan atau mempromosikan produk tanpa dicampur dengan media sosial pribadi, karena kepentingan pribadi dan bisnis yang pastinya berbeda. Konten dan interaksi di media sosial pribadi biasanya lebih bersifat pribadi dan informal, sementara di media sosial bisnis, fokus utamanya terletak pada promosi, branding, dan interaksi dengan konsumen, berkaitan dengan produk-produk yang dipromosikan.

Logo membantu membedakan bisnis dari pesaing dan memberikan identitas visual yang unik. Contohnya seperti produk olahan mangrove, yakni sirup mangrove, teh mangrove, kopi mangrove, dodol mangrove, dan bedak dingin mangrove, produk-produk tersebut sebenarnya telah banyak sekali diproduksi oleh pesaing atau pelaku usaha lain. Diperlukan adanya logo sebagai pembeda antara usaha yang kita jalankan dengan usaha milik orang lain.

Instagram sebagai salah satu platform media sosial yang sangat populer atau mendominasi dengan berbagai fitur menarik di dalamnya, salah satunya adalah feeds atau postingan instagram. Melalui feeds Instagram, sebuah usaha dapat menampilkan atau memperkenalkan produk-produknya dengan cara yang menarik dan kreatif. Foto dan video yang menarik membantu memfokuskan keunggulan produk.

Praktik desain menggunakan Canva memberi pemahaman kepada audiens mengenai cara mudah membuat logo dan feeds Instagram. Canva memiliki banyak sekali referensi menarik yang dapat diakses dengan mudah dan gratis.



Gambar 3 Kegiatan Praktik Desain Logo dan Feeds Instagram



Gambar 4 Logo dan Feeds Instagram (Sirup Mangrove, Teh Mangrove)

Praktik desain logo dilakukan dengan menjelaskan apa saja yang sebaiknya dimasukkan ke dalam desain logo, seperti produk-produk apa saja yang dijual, yaitu sirup mangrove, kopi mangrove, teh mangrove, dodol mangrove, dan bedak dingin mangrove. Jenis mangrove yang paling banyak digunakan untuk membuat produk yaitu mangrove jenis pidada, gambar pohon mangrove sebagai kekayaan alam potensial di Kelurahan Mentawir yang dapat menjadi highlight sebagai bahan utama yang digunakan dalam produk olahan mangrove.

Sementara itu, informasi yang dapat difokuskan dalam feeds Instagram yaitu manfaat dari pohon mangrove, karena pohon mangrove yang terdapat di Kelurahan Mentawir memberikan dampak besar bagi lingkungan dan masyarakat sekitar, yaitu sebagai habitat bagi berbagai spesies tumbuhan, hewan, dan mikroorganisme, mampu menahan erosi tanah akibat gelombang dan arus air laut sehingga mencegah abrasi, sumber destinasi wisata dan pengembangan UMKM, contohnya seperti POKDARWIS yang mengolah mangrove menjadi makanan, minuman, dan produk perawatan kulit.

Untuk memfokuskan produk yang ingin dipasarkan, dapat menambahkan informasi jenis mangrove apa yang digunakan atau bahan baku utama dalam membuat sebuah produk sekaligus memperkenalkan bahwa jenis mangrove di Kelurahan Mentawir itu tidak hanya satu atau dua, melainkan ada banyak sekali jenis dan tujuan penggunaannya. Informasi mengenai komposisi dan petunjuk penyajian produk juga akan menjadi nilai tambah dalam sebuah postingan Instagram. Postingan Instagram menjadi hal penting untuk diperhatikan. Pemasaran melalui media sosial seperti Instagram memiliki keunggulan utama dalam memberikan kemudahan akses informasi produk kepada calon konsumen.. Membagikan konten yang menarik akan membangun persepsi positif bagi konsumen, sehingga meningkatkan kepercayaan dan minat calon konsumen untuk membeli produk yang dipromosikan.

Sirup mangrove menggunakan bahan utama yaitu sari buah mangrove pidada (*Sonneratia sp.*) yang banyak sekali tumbuh di hutan mangrove Kelurahan Mentawir. Secara ekologis, pidada

memiliki peran penting dalam ekosistem mangrove. Akarnya yang kuat membantu mencegah abrasi pantai. Pohon pidada dan memberikan kontribusi yang besar dalam menjaga keanekaragaman hayati laut. Buah pidada dapat dimakan dan memiliki rasa yang asam manis. Kandungan nutrisi yang melimpah dalam sirup mangrove, seperti vitamin C, zat besi, kalsium, dan antioksidan, memberikan keunggulan bagi kesehatan tubuh.

Teh mangrove yang dapat dikonsumsi sebagai teh herbal dengan banyak sekali manfaat didalamnya juga dapat menjadi fokus utama dalam feeds Instagram. Bahan baku utama untuk membuat teh mangrove adalah jenis mangrove daun jeruju (*Acanthus Illicifolius*). Salah satu cara untuk melestarikan Jeruju adalah dengan memberikan nilai tambah melalui pengolahan menjadi produk teh yang bermanfaat untuk kesehatan. Penggunaan Jeruju sebagai bahan baku teh akan memberikan manfaat ekonomi, ekologis, dan kesehatan.



Gambar 4 Feeds Instagram (Kopi, Dodol, dan Bedak Dingin Mangrove)

Kopi mangrove menggunakan bahan utama yaitu buah mangrove jenis *Rhizophora Mucronata*. *Rhizophora Mucronata* memiliki ciri khas akar yang menjulang tinggi di atas permukaan lumpur atau air. Akar ini membantu pohon mangrove untuk mendapatkan udara dan bertahan hidup di lingkungan berlumpur dengan kadar oksigen yang rendah. Daun *Rhizophora Mucronata* berbentuk bulat lonjong dengan ujung yang runcing dan berwarna hijau kecokelatan.

Dodol mangrove menggunakan bahan baku mangrove jenis pidada (*Sonneratia* sp.) yang tumbuh subur di Kelurahan Mentawir. Proses pembuatan dodol mangrove dimulai dengan mengumpulkan ampas buah pidada yang dicampur dengan gula asli dan bahan-bahan tambahan. Proses pembuatan dodol mangrove dilakukan dengan teliti dan menggunakan cara tradisional untuk menjaga rasa bahan baku tetap autentik dengan tujuan menghasilkan tekstur yang kenyal dan lembut.

Bedak dingin mangrove merupakan produk perawatan kulit yang menggunakan bahan baku utama yaitu daun mangrove pidada (*Sonneratia* sp.). Daun mangrove pidada dipilih sebagai bahan utama bukan hanya karena ketersediaannya yang melimpah, tetapi juga karena kandungan alaminya yang bermanfaat bagi kulit. Kelebihan bedak dingin mangrove tidak hanya terletak pada bahan-bahan alami yang digunakan, tetapi juga pada formulanya yang bebas dari bahan kimia berbahaya sehingga aman digunakan tanpa menyebabkan efek samping. Dengan penggunaan secara teratur, bedak dingin Mangrove akan memberikan kesegaran, kelembutan, dan perawatan yang maksimal bagi kulit.

4 KESIMPULAN

Kegiatan praktik desain logo dan feeds Instagram produk olahan mangrove menggunakan aplikasi canva ini telah berjalan dan terlaksana dengan baik. Kurangnya pemanfaatan *digital marketing* pada produk olahan mangrove yang diproduksi oleh POKDARWIS (Kelompok sadar Wisata) di Kelurahan Mentawir mengakibatkan adanya keterbatasan dalam mencapai konsumen yang lebih luas dan potensial. Hal ini dikarenakan belum adanya *platform* atau wadah dalam memasarkan produk, baik itu media sosial maupun logo. Praktik ini dimulai dengan mengenalkan terlebih dahulu apa itu canva, cara mengaksesnya, serta fitur-fitur yang dapat digunakan dalam

membantu proses desain. Kemudian memberi pemahaman informasi apa saja yang sebaiknya dimasukkan ke dalam desain logo dan feeds Instagram dengan tujuan untuk menonjolkan keunggulan produk. Dengan menonjolkan isi logo dan feeds Instagram, seperti elemen desain atau simbol khas, maka akan lebih mudah untuk dikenali oleh konsumen. Melalui kegiatan ini, diharapkan produk olahan mangrove khas Mentawir dapat mencapai konsumen yang lebih luas sehingga dapat dinikmati oleh lebih banyak orang dan meningkatkan citra merek.

REFERENSI

- [1] S. Sarfiah, H. Atmaja, and D. Verawati, "UMKM Sebagai Pilar Membangun Ekonomi Bangsa," *J. REP (Riset Ekon. Pembangunan)*, vol. 4, no. 2, pp. 1–189, 2019, doi: 10.31002/rep.v4i2.1952.
- [2] [2] P. I. Rachmawati and N. Hariyana, "Sosialisasi Strategi Pengembangan Umkm Melalui Digital marketing Kelurahan Turi Kota Blitar," *J. Pengabdi. Kpd. ...*, vol. 4, no. 3, pp. 1678–1684, 2023, [Online]. Available: <http://ejournal.sisfokomtek.org/index.php/jpkm/article/view/1176> <https://ejournal.sisfokomtek.org/index.php/jpkm/article/download/1176/883>
- [3] E. Mulyantomo, A. I. Sulistyawati, and D. Triyani, "Pelatihan Pemasaran Online Dan Digital Branding Dimasa Pandemi Covid-19 Bagi Pelaku UMKM di Desa Tegalarum Kecamatan Mranggen Kabupaten Demak," *Tematik*, vol. 3, no. 2, pp. 199–210, 2021, [Online]. Available: <https://156.67.218.228/index.php/tematik/article/view/4218> <https://156.67.218.228/index.php/tematik/article/download/4218/2318>
- [4] D. Arisandi and M. T. Abadi, "Peran Digital marketing dan Etika Bisnis Islam Dalam Melangkitkan Bisnis," ... *Penelit. Ekon. dan Bisnis*, vol. 2, no. 2, pp. 50–56, 2022, [Online]. Available: <https://journal.actual-insight.com/index.php/investasi/article/view/1336>
- [5] M. R. Azhary, M. Agung, N. Prahaski, T. T. Ulin, and Suhairi, "Strategi dan Peran Komunikasi Bisnis Dalam Upaya Meningkatkan Minat Beli Konsumen di Era Digital," *J. Ekon. Akunt. Dan Manaj.*, vol. 2, no. 4, pp. 356–364, 2023.
- [6] K. Hamid, H., "Pengaruh Gaya Kepemimpinan, Motivasi, Dan Disiplin Kinerja," *Ilmu Dan Ris. Manajemen*, 4(1), 58file:///C:/Users/ACER/Downloads/ID+699.+Template+ECONOMINA+Agustus++Putri.pdf-67. <https://doi.org/https://doi.org/10.37541/ekonomika.v4i1.383>, vol. 2, pp. 1970–1978, 2020, [Online]. Available: <http://etd.repository.ugm.ac.id/penelitian/detail/94354>
- [7] P. Laili Susanti and E. Purwanto, "Efforts To Improve Branding Of MSME Banana Chips Products Based On Creative Economy Through Logos And Packaging," *J. Ris. Manaj.*, vol. 1, no. 3, pp. 96–102, 2023, [Online]. Available: <https://doi.org/10.54066/jurma.v1i3.597>
- [8] A. Saehan, S. Suryadi, and T. H. Pohan, "Pelatihan Desain Grafis Menggunakan Aplikasi Canva Untuk Meningkatkan Promosi Produk UMKM," *J. Pengabdi. Masy. Gemilang*, vol. 3, no. 2, pp. 44–48, 2023, doi: 10.58369/jpimg.v2i4.129.
- [9] R. Ratna Gumilang, "Implementasi Digital marketing Terhadap Peningkatan Penjualan Hasil Home Industri," *Coopetition J. Ilm. Manaj.*, vol. 10, no. 1, pp. 9–14, 2019, doi: 10.32670/coopetition.v10i1.25.
- [10] C. Noventa, I. Soraya, and A. Muntazah, "Pemanfaatan Media Sosial Instagram BuddyKu Sebagai Sarana Informasi Terkini," *JKOMDIS J. Ilmu Komun. Dan Media Sos.*, vol. 3, no. 3, pp. 626–635, 2023, doi: 10.47233/jkomdis.v3i3.1124.
- [11] T. Setiawan and F. H. A. Putro, "Pemanfaatan Gaphics Designer Software Canva Untuk Meningkatkan Kreatifitas Promosi Produk Umkm Di Cepogo Boyolali," *J. Ekon. Sos. Hum.*, vol. 2, no. 12, pp. 53–56, 2021, [Online]. Available: <https://www.jurnalintelektiva.com/index.php/jurnal/article/view/530>
- [12] M. Andivas, H. T. Trisnawati, A. F. Wijanarko, A. A. Ramadhani, and H. W. M. Sari, "Pelatihan Perancangan Desain Kemasan Produk UMKM Keripik Pisang Menggunakan Perangkat Lunak Canva," *Surya Abdimas*, vol. 7, no. 3, pp. 450–457, 2023, doi: 10.37729/abdimas.v7i3.2962.
- [13] U. Indriana, N. Syahputrib, and Z. Ardi, "Pelatihan Pembuatan Logo Kemasan Microsoft Word," *J. Pengabdi. Masy. Berkarya*, vol. 01, no. 02, pp. 64–67, 2022.

- [14]J. Iskandar, Y. K. Sari, and A. Fathurrohlim, “Pelatihan Desain Mockup dan Logo Sebagai Branding Produk Untuk Meningkatkan Nilai Jual Bagi UMKM di Desa Rejotangan Kabupaten Tulungagung,” *J. Pengabd. Masy. Bangsa*, vol. 1, no. 8, pp. 1417–1424, 2023, doi: 10.59837/jpmba.v1i8.373.