



PENGUATAN IDENTITAS VISUAL UMKM “SANDWICH YUSUF” MELALUI PERANCANGAN LOGO DAN MEDIA PROMOSI VISUAL

Nabila Apriani Zetira¹, Dinda Tri Gusti², Dimas Wahyu Kurnia³

^{1,2,3}Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Hukum Ilmu Sosial dan Humaniora,
Universitas Dharma Andalas, Padang, Sumatera Barat

¹nabilaazetira.3123@gmail.com, ²dindatrigusti8@gmail.com, ³kurniadimaas5@gmail.com

Abstrak

UMKM merupakan tonggak utama yang memiliki peran penting bagi pertumbuhan perekonomian di Indonesia, tetapi masih banyak pelaku usaha yang belum dapat memanfaatkan potensi dari identitas visual bagi suatu usaha secara optimal. Salah satu contohnya adalah UMKM *Sandwich Yusuf*, yang merupakan suatu usaha makanan dan belum memiliki identitas visual dasar seperti logo maupun spanduk sama sekali. Kegiatan ini pengabdian kepada Masyarakat ini kami lakukan dengan tujuan agar dapat membantu UMKM dalam meningkatkan identitas visualnya guna meningkatkan daya saing dan kesadaran pada merek. Metode yang digunakan meliputi observasi, wawancara, perancangan desain dan implementasi pada media promosi secara langsung. Hasil akhir dalam kegiatan ini adalah terciptanya logo dan spanduk yang sesuai dengan karakteristik usaha dan dapat digunakan sebagai identitas visual serta sebagai media *branding*. Meskipun menghadapi sejumlah tantangan seperti keterbatasan waktu, pemahaman pemilik usaha dan keterbatasan anggaran produksi, kegiatan ini berhasil dalam memberikan dampak positif pada tampilan usaha. Kegiatan ini diharapkan dapat menjadi langkah awal yang berkelanjutan dalam penguatan identitas visual UMKM *Sandwich Yusuf*.

Kata kunci : UMKM, Desain Visual, *Branding*, Logo, Pengabdian masyarakat.

Abstract

Micro, Small, and Medium Enterprises (MSMEs) play a crucial role in Indonesia's economic growth. However, many business owners have yet to fully leverage the potential of visual identity to support and grow their businesses. One such example is "Sandwich Yusuf," a food-based MSME that lacks fundamental visual identity elements such as a logo or banner. This community service activity was carried out with the aim of assisting the business in enhancing its visual identity to improve competitiveness and brand awareness. The methods used included observation, interviews, design development, and direct implementation through promotional media. The final outcomes of this project were the creation of a logo and banner that align with the business's characteristics and can serve as both a visual identity and a branding tool. Despite challenges such as time constraints, limited understanding from the business owner, and a restricted production budget, the activity succeeded in

Article History:

Received: July 2025

Reviewed: July 2025

Published: July 2025

Plagiarism Checker No 234

Prefix DOI :

10.8734/Kohesi.v1i2.365

Copyright : Author

Publish by : Kohesi



This work is licensed under a [Creative Commons Attribution-NonCommercial 4.0 International License](https://creativecommons.org/licenses/by-nc/4.0/)



positively impacting the business's visual presentation. This initiative is expected to serve as a sustainable first step in strengthening the visual identity of Sandwich Yusuf.
Keywords: MSMEs, Visual Design, Branding, Logo, Community Service.

PENDAHULUAN

UMKM merupakan tonggak penting dalam perekonomian Indonesia. Di era digital yang kian berkembang, UMKM dituntut untuk mengadopsi strategi komunikasi visual guna memperkuat *branding* dan meningkatkan daya saing. Komunikasi visual yang tepat mampu mempercepat penyampaian pesan kepada khalayak dan membangun hubungan positif dengan konsumen. Menanggapi hal ini, Kadin Indonesia bersama pemerintah mendorong digitalisasi UMKM sebagai upaya untuk meningkatkan kinerja dan daya saingnya (Kadin Indonesia, 2024).

Menurut Kotler dan Philip (2016), merek adalah nama, kata-kata, tanda, simbol, rancangan, atau kombinasi elemen yang digunakan untuk mempromosikan barang atau jasa seseorang atau kelompok yang memiliki kemampuan untuk membedakan diri dari pesaingnya. Salah satu UMKM yang mengalami kendala dalam aspek visual *branding* adalah *Sandwich Yusuf*, sebuah usaha makanan yang bergerak di bidang kuliner dengan menu utama yaitu Sandwich. Meskipun memiliki cita rasa yang unik dengan harga yang terjangkau, *Sandwich Yusuf* belum memiliki elemen identitas visual seperti logo, spanduk, maupun media promosi pendukung lainnya. Hal ini menyebabkan usaha tersebut sulit bersaing secara visual dengan produk sejenis, terutama dalam menarik perhatian konsumen baru dan meningkatkan daya ingat merek.

Melalui kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini, mahasiswa berperan aktif dalam memberikan solusi kreatif melalui penerapan ilmu desain komunikasi visual, khususnya dalam perancangan logo, spanduk, dan media promosi sederhana yang sesuai dengan karakteristik dan target pasar *Sandwich Yusuf*.

Menurut Salleh et al. (2017) menyatakan bahwa *branding* tidak hanya akan meningkatkan kinerja UMKM, tetapi juga akan memberi mereka keunggulan kompetitif yang lebih besar. Selain itu, kegiatan ini juga bertujuan untuk meningkatkan kesadaran pemilik usaha terhadap pentingnya identitas visual sebagai bagian dari strategi *branding* dan pemasaran usaha dan juga dapat memberikan manfaat langsung bagi pelaku UMKM.

METODE PELAKSANAAN

Sebelum kegiatan ini dilaksanakan kami melakukan survei ke lokasi terlebih untuk memilih UMKM mana yang sekiranya yang sangat membutuhkan bantuan akan penguatan identitas visual/*branding*. Metode yang digunakan pada pengabdian ini adalah observasi dan wawancara dengan pemilik pelaku usaha UMKM. Tidak lupa pula kami meminta izin akan melakukan kegiatan penguatan identitas visual/*branding* terhadap usahanya.

Langkah awal yang kami lakukan adalah menanyakan keinginan dari si pemilik usaha tentang apa saja yang ingin dia inginkan untuk identitas visual/*branding* bagi usahanya, setelah itu kami mendesain *moodboard* sesuai dengan elemen-elemen yang diinginkan oleh pemilik usaha, lalu kami membuat sketsa logo dan spanduk sesuai dengan *moodboard* yang telah kami buat sebelumnya.

Aplikasi atau media yang kami digunakan dalam pembuatan logo dan spanduk ini adalah aplikasi *Canva*, dikarenakan aplikasi cukup mudah untuk digunakan bagi pemula. Setelah finalisasi *design* selesai kami mencetak spanduk dan logo yang telah kami buat dan memasangnya di gerobak UMKM *Sandwich Yusuf*.

HASIL DAN PEMBAHASAN

1. Pentingnya *Branding* bagi UMKM

Branding merupakan suatu kegiatan yang bertujuan untuk menciptakan nilai dan reputasi bagi produk atau jasa yang terlibat di dalamnya, baik bagi pelaku bisnis maupun bagi pelanggan yang menginginkan produk tersebut. *Branding* melibatkan beberapa unsur seperti perencanaan strategis, komunikasi pemasaran, penelitian pasar, dan pengembangan organisasi (Yanuar et al., 2022).

Walaupun *branding* sangat krusial dan dapat meningkatkan potensi dalam penjualan, tetapi masih banyak pelaku UMKM yang masih belum mampu sepenuhnya mengoptimalkan pelaksanaan *branding* ini. Terdapat banyak sekali faktor yang menyebabkan tidak optimalnya penerapan *branding* ini. Salah satu alasan utamanya ialah tidak adanya *resource* dan juga keterbatasan modal sehingga banyak pelaku UMKM memilih tidak memiliki *branding* yang *proper* untuk usahanya.

Sandwich Yusuf sendiri dapat terbilang terkenal di kalangan penduduk yang berada di daerah Jati Baru dikarenakan rasanya yang enak tetapi harga yang dipatok cukup terjangkau. Namun, salah satu faktor UMKM *Sandwich Yusuf* tidak memiliki pelanggan baru dapat dibidang dikarenakan kurangnya *Branding/Identitas Visual* pada usahanya, tidak terdapat tanda pengenal seperti spanduk ataupun logo oleh karena itu hal ini membuat UMKM *Sandwich Yusuf* tidak memiliki daya tarik visual dan kurangnya informasi yang jelas bagi calon konsumen. Ini menyebabkan banyak orang yang tidak mampir atau mencoba untuk membeli dagangan dari *Sandwich Yusuf* dan hanya orang sekitar saja yang mengetahui mengenai UMKM ini.

Oleh sebab itu kami berencana untuk membuat logo dan spanduk untuk UMKM *Sandwich Yusuf* ini, kami berniat untuk membuat desain yang sesuai dengan permintaan pemilik dan juga menambahkan beberapa aspek yang sesuai dengan karakteristik dari UMKM *Sandwich Yusuf*. Dengan adanya identitas visual ini diharapkan dapat meningkatkan *branding* serta daya tarik visual dan memudahkan calon konsumen serta konsumen untuk mengenali *Sandwich Yusuf*.



Gambar 1. *Sandwich Yusuf* sebelum adanya logo dan spanduk.

2. Proses Desain Logo



Gambar 2. Moodboard



Gambar 3. Sketsa awal logo



Gambar 4. Elemen & Logo awal (sebelum revisi).

Sebelum logo dibuat kami terlebih dahulu membuat *moodboard* dan desain sketsa awal untuk UMKM *Sandwich Yusuf* ini. Alasan utama mengapa kami memilih membuat *moodboard* terlebih dahulu dikarenakan *moodboard* dapat menetapkan awal dari arah estetika yang ingin kami tuju dan dapat memberikan konsep visual kepada klien kami nantinya. Dan juga dengan adanya *moodboard* dapat membantu kami dalam memperjelas awalan dari sketsa kami nantinya.

Seperti yang dapat dilihat di *moodboard* kami, pemilik *Sandwich Yusuf* memilih warna jingga sebagai warna primer dalam pembuatan logo dan tak hanya itu juga pemilik *Sandwich Yusuf* juga meminta untuk memadukan elemen Sandwichnya dalam pembuatan logo untuk kedepannya. Tidak hanya berfokus pada elemen warna kami juga berfokus kepada penggunaan *font (Typography)* yang tepat agar informasi yang ingin disampaikan tersampaikan kepada calon konsumen *Sandwich Yusuf* nantinya.

Setelah *moodboard* selesai kami pun mulai merancang sketsa-sketsa kasar yang akan menjadi cikal bakal logo dari *Sandwich Yusuf* nantinya, dalam proses pembuatan ini kami banyak berkonsultasi kepada klien kami agar logo yang kami buat akan sesuai dengan ekspektasi yang diharapkan oleh klien kami. Dalam pembuatan logo ini kami menggunakan aplikasi *Canva* dalam pembuatan logo, karena aplikasi *Canva* sangatlah cocok untuk digunakan oleh pemula seperti kami dan banyak fitur-fitur yang dapat diakses secara gratis maupun premium sehingga membuat aplikasi *Canva* menjadi aplikasi utama dalam pembuatan logo ini.

Tak hanya pembuatan logo saja, kami juga menggunakan aplikasi *Canva* untuk membantu kami membuat dan mendesain spanduk, dan stiker yang akan di pasang di gerobak *Sandwich Yusuf* nantinya.

3. Hasil Penerapan Logo



Gambar 5. Hasil akhir logo setelah diskusi dan revisi dengan pemilik usaha.

Setelah melalui proses perancangan beserta diskusi bersama pemilik usaha, logo baru untuk *Sandwich Yusuf* berhasil diselesaikan dan diterapkan pada berbagai elemen visual usaha. Logo ini dirancang dengan mempertimbangkan karakteristik produk dan keinginan pemilik usaha. Kami berharap dengan adanya penerapan logo ini dapat meningkatkan identitas visual dan memperkuat citra usaha di mata konsumen, dengan hadirnya logo ini dapat menjadi

penanda identitas dan media *branding* yang efektif. Hal ini diharapkan dapat meningkatkan daya ingat konsumen terhadap usaha *Sandwich Yusuf*.

Dokumentasi Hasil Akhir



Gambar 6. Setelah Logo dan Spanduk telah terpasang



Gambar 7. Stiker Logo



Gambar 8. Dokumentasi Anggota Tim



Gambar 9. Dokumentasi Anggota



Gambar 10. Stiker untuk usaha

Tidak hanya penerapan logo saja, kami juga membuat spanduk yang memuat informasi akan menu apa saja yang tersedia agar konsumen dapat dengan mudah menentukan pesanan yang diinginkan. Walaupun kami belum melakukan evaluasi kuantitatif secara menyeluruh, namun identitas baru *Sandwich Yusuf* terhadap desain baru menunjukkan bahwasanya identitas visual itu sangatlah penting dalam meningkatkan kesadaran merek (*brand awareness*) dan citra usaha yang lebih profesional.

Secara keseluruhan, dengan adanya penerapan logo dan media promosi visual pada *Sandwich Yusuf* diharapkan dapat menjadi langkah awal dalam memperkuat identitas merek, menarik pelanggan baru, dan mendukung pertumbuhan usaha secara berkelanjutan.



4. Tantangan yang Dihadapi

Dalam proses penguatan *branding* visual UMKM *Sandwich Yusuf*, kami sadar bahwasanya masih banyak UMKM yang masih kurang paham akan pentingnya *branding* dan identitas visual bagi keberlangsungan usaha serta upaya dalam peningkatan daya saing usaha, tak hanya itu saja kami juga sadar bahwasanya masih banyak juga pelaku usaha yang mengalami kesulitan dalam penguatan *branding* dan identitas visual.

Karena sedari awal *Sandwich Yusuf* belum memiliki *branding* terdahulu yang dapat dijadikan acuan/referensi, ini membuat proses eksplorasi identitas merek harus dimulai dari nol. Dalam beberapa tahap, terjadi perbedaan pendapat dan persepsi antara tim kami dan pemilik usaha terkait elemen-elemen yang menyangkut pada desain logo dan spanduk. Sehingga proses revisi diperlukan agar kami dapat memberikan hasil akhir yang sesuai dengan ekspektasi dan harapan pemilik.

KESIMPULAN

Kegiatan ini pada akhirnya berhasil membantu UMKM *Sandwich Yusuf* dalam membangun dan menciptakan identitas visual usahanya melalui perancangan logo, spanduk, dan media promosi sederhana lainnya. Dengan adanya penerapan identitas visual terbukti dapat merubah tampilan usaha dan citra usaha agar tampak lebih profesional di mata pelanggan.

Walaupun dalam pengerjaannya terdapat beberapa tantangan tetapi kegiatan ini berhasil memberikan solusi nyata dan sesuai dengan ekspektasi pelaku usaha. Dengan adanya respons positif dari pemilik usaha dan konsumen membuktikan bahwasanya *branding* atau identitas visual itu merupakan aspek krusial yang tidak boleh terlupakan oleh UMKM. Untuk kedepannya dengan adanya identitas visual ini UMKM dapat memanfaatkannya dan mengoptimalkannya demi menjangkau pasar yang lebih luas.

DAFTAR PUSTAKA

- Kadin Indonesia. (2024). *UMKM Indonesia*. <https://kadin.id/data-dan-statistik/umkm-indonesia/>
- Kotler, Philip and Keller, K. L. (2016) Edisi 15. "Marketing Management". In *Marketing Management*.
- Salleh, M., Sulaiman, M., Haque, E., & Othman, A. K. (2017). "Impact Of Branding On Sme Performance". In *Journal of Islamic Management Studies* Vol. 1 Issue 1. Halaman 15-28.
- Yanuar, R., Lutfiyani, I. Q., Hastadi, A. Y., Wahyuningsih, F., Wahyuni, A. T., Fauzi, G. F.,...Rohimah, T. (2022). "Pengembangan UMKM Melalui Optimalisasi Branding dan Penggunaan Media Digital di Desa Sindangbarang, Kabupaten Cilacap". *Jurnal Pusat Inovasi Masyarakat (PIM)*, 4(1), 70-84. <https://doi.org/10.29244/pim.4.1.70-84>