

Pelatihan Desain Poster Promosi untuk UMKM Binaan Dinsospermasdes Kabupaten Jepara

**Wildanil Ghozi*¹, Dwi Puji Prabowo², Fauzi Adi Rafrastara³,
Ricardus Anggi Pramunendar⁴, Ramadhan Rakhmat Sani⁵**

¹Program Studi Desain Komunikasi Visual, Universitas Dian Nuswantoro

^{2,3,4}Program Studi Teknik Informatika, Universitas Dian Nuswantoro

⁵Program Studi Sistem Informasi, Universitas Dian Nuswantoro

e-mail: *wildanil.ghozi@dsn.dinus.ac.id, dwi.puji.prabowo@dsn.dinus.ac.id,

fauziadi@dsn.dinus.ac.id, ricardus.anggi@dsn.dinus.ac.id, ramadhan_rs@dsn.dinus.ac.id

Abstrak

Internet sebagai salah satu dorongan utama dalam perkembangan teknologi memungkinkan setiap manusia untuk menjangkau informasi tanpa batasan ruang dan waktu. Saat ini di Indonesia, lebih dari 196,7 juta penduduk memanfaatkan internet dalam aktivitasnya sehari-hari. Pada provinsi Jawa Tengah terdapat 25,6 juta pengguna internet aktif. Tingginya pengguna internet menjadi peluang untuk memperluas target pemasaran produk UMKM. Pemerintah Kabupaten Jepara, melalui Dinas Sosial, Pemberdayaan Masyarakat dan Desa (Dinsospermasdes) Kabupaten Jepara memiliki tanggung jawab dalam program rehabilitasi Penyandang Masalah Kesejahteraan Sosial (PMKS) dimana salah satu programnya adalah pembinaan UMKM. Saat ini, UMKM binaan Dinsospermasdes belum mampu membuat desain poster promosi yang baik dan menarik pembeli. Penulis memberikan pelatihan desain poster dengan menggunakan aplikasi canva kepada para pelaku UMKM binaan. Pelatihan tersebut telah berhasil meningkatkan pemahaman konsep desain, kemampuan pengambilan foto produk, dan kemampuan membuat desain poster promosi para pelaku UMKM. Poster-poster baru yang dihasilkan pada kegiatan pelatihan menjadi indikator keberhasilan para peserta mengikuti pelatihan. Dengan demikian, diharapkan kemampuan yang telah dimiliki dapat membantu meningkatkan penjualan produk UMKM binaan.

Kata kunci — *canva, desain poster, foto produk, pelatihan, poster promosi*

1. PENDAHULUAN

Kemajuan ilmu pengetahuan, khususnya di bidang teknologi informasi, mengalami perkembangan yang sangat pesat pada era saat ini. Teknologi telah menjadi pendorong utama dalam mendukung berbagai aktivitas manusia di hampir semua aspek kehidupan [1]. Contoh nyata dari penerapan ilmu pengetahuan dan teknologi dapat ditemukan di berbagai sektor, seperti di bidang pertanian dengan pengadopsian mesin pemanen padi dan mesin pencacah rumput. Di sektor kesehatan, perkembangan teknologi meliputi penggunaan Telemedicine, aplikasi kesehatan berbasis mobile, sistem rekam medis elektronik, aplikasi pencitraan medis, pemanfaatan Big Data dan analitik, layanan E-Healthcare, serta peningkatan aksesibilitas dan keterjangkauan layanan kesehatan.

Internet sebagai salah satu dorongan utama dalam perkembangan teknologi memungkinkan setiap manusia untuk menjangkau informasi tanpa batasan ruang dan waktu. Saat ini di Indonesia, lebih dari 196,7 juta penduduk memanfaatkan internet dalam aktivitasnya sehari-hari. Pada provinsi Jawa Tengah terdapat 25,6 juta pengguna internet aktif [2]. Internet dapat dimanfaatkan untuk berbagai hal, dari mulai hiburan, media sosial, transaksi perdagangan, berkomunikasi, menyediakan tools aplikasi dan sebagainya.

Berbelanja online merupakan salah satu gaya hidup baru yang muncul berkat adanya internet atau sering juga disebut juga dengan e-commerce [3].

Pemerintah Kabupaten Jepara, melalui Dinas Sosial, Pemberdayaan Masyarakat dan Desa (Dinsospermasdes) Kabupaten Jepara memiliki tanggung jawab dalam program rehabilitasi Penyandang Masalah Kesejahteraan Sosial (PMKS) dan Program Keluarga Harapan (PKH) [4]. Salah satu program yang dijalankan pada tahun 2024 adalah pembinaan kewirausahaan bagi para pelaku Usaha Mikro, Kecil, Menengah (UMKM) yang terdaftar dalam PKH dan PMKS. Pemanfaatan teknologi dalam proses bisnis UMKM diharapkan dapat membantu meningkatkan skala usaha para UMKM binaanya.

Salah satu proses penting dalam wira usaha yaitu pemasaran, dimana salah satu tahap pada pemasaran adalah promosi. Promosi merupakan upaya untuk menyampaikan informasi tentang produk yang dipasarkan dengan tujuan untuk membujuk/ merayu target pasar untuk membeli secara langsung maupun tidak langsung produk yang dipromosikan [5]. Tujuan dari promosi adalah untuk meningkatkan penjualan produk pada sebuah perusahaan [6].

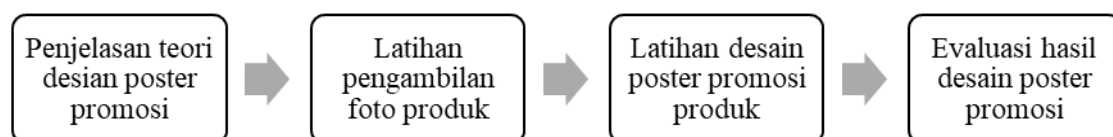
UMKM binaan Dinsospermasdes saat ini telah aktif memasarkan produknya melalui bazar atau pameran UMKM. Namun promosi tersebut dinilai kurang efektif karena hanya menjangkau para pengunjung. Keterbatasan pendanaan juga menjadi alasan untuk tidak memilih jalur promosi melalui iklan komersial. Para pelaku UMKM berharap ada solusi promosi yang murah namun efektif meningkatkan popularitas produk mereka.

Salah satu strategi promosi yang efektif pada era teknologi adalah dengan menggunakan media digital atau sering disebut dengan *digital marketing* [7]. Strategi tersebut dilakukan dengan perangkat komputer yang tergabung dengan internet untuk menyajikan informasi melalui digital, dengan tujuan perusahaan dapat berkomunikasi dengan konsumen melalui saluran *online*[8]. Promosi melalui media digital dimulai dengan membuat infografis yang disertai dengan gambaran visual serta kalimat ajakan untuk membeli produk yang dipasarkan [9]. Maka desain komunikasi dan visual dari sebuah promosi harus dibuat semenarik mungkin untuk meningkatkan keberhasilan promosi.

Kondisi saat ini, para pelaku UMKM binaan Dinsospermasdes belum memiliki kemampuan yang memadai dalam membuat desain poster promosi untuk didistribusikan baik melalui saluran *online* maupun saluran *offline*. Kemampuan pengambilan foto produk yang kurang baik ditambah kemampuan menggunakan aplikasi desain grafis yang sangat terbatas membuat promosi yang dilakukan tidak maksimal. Berdasarkan kondisi tersebut, penulis mengadakan Program Kemitraan Masyarakat (PKM) untuk memberikan pelatihan desain poster promosi bagi para pelaku UMKM binaan Dinsospermasdes. Harapan penulis, setelah kegiatan pelatihan maka UMKM dapat mendesain poster promosi dengan lebih menarik sehingga dapat meningkatkan penjualan produknya.

2. METODE

Program Kemitraan Masyarakat yang diadakan untuk para pelaku UMKM binaan Dinsospermasdes dalam bentuk pelatihan desain poster promosi yang berisi penjelasan teori berkaitan dengan konsep desain, serta praktik pengambilan foto produk dan membuat desain poster promosi melalui aplikasi online. Metode pelatihan dilakukan dalam bentuk ceramah, praktik, dan diskusi. Diharapkan metode tersebut dapat menambah wawasan, pengetahuan, kemampuan, dan semangat para pelaku UMKM [10]. Tahap-tahap metode pelaksanaan kegiatan PKM ini digambarkan pada Gambar 1 berikut ini.



Gambar 1. Tahap Metode Pelaksanaan PKM

2.1. Teori Desain Poster Promosi

Teori dasar berkaitan dengan desain poster promosi perlu diajarkan kepada para peserta. Materi teori ini bertujuan untuk meningkatkan pemahaman peserta berkaitan dengan prinsip-prinsip desain yaitu keseimbangan, kesatuan, penekanan, promosi, dan irama. Selain itu, elemen desain dan teori warna juga diberikan kepada peserta. Dengan pemahaman yang baik terhadap teori desain, para peserta dapat menentukan bentuk dan warna yang efektif untuk menarik target promosi.

Melengkapi pemahaman para peserta, diberikan juga teori tentang tipografi untuk membantu peserta menyusun kalimat-kalimat yang dibutuhkan dalam poster serta caption dari poster promosi. Komunikasi visual, layout, dan komposisi membantu peserta untuk dapat menyusun elemen-elemen visual supaya mudah dibaca dan menarik.

2.2. Foto Produk

Salah satu elemen penting dalam poster promosi adalah foto produk yang dapat mengvisualkan produk yang sedang ditawarkan kepada target promosi. Foto produk yang bagus sangat penting dalam menarik perhatian konsumen, membangun kepercayaan, dan meningkatkan penjualan. Oleh karena itu, para peserta dibekali dengan latihan praktik foto produk untuk dapat menghasilkan foto produk yang bagus.

Dalam latihan foto produk, beberapa point penting ditekankan untuk dapat menghasilkan foto yang bagus antara lain:

- a) Pencahayaan yang tepat. Pencahayaan yang terbaik adalah dengan menggunakan cahaya alami sinar matahari pagi atau sore. Jika tidak memungkinkan, penggunaan lampu studio seperti ring light dapat menjadi pilihan yang tepat. Pencahayaan yang baik dapat menghasilkan warna foto yang sesuai dengan warna asli produk.
- b) Latar belakang yang sederhana. Pilihan latar belakang polos berwarna putih atau hitam dapat menonjolkan produk. Selain itu jika menggunakan background bertema, maka disesuaikan dengan tema produk.
- c) Komposisi dan tata letak yang menarik. Menggunakan rule of thirds yaitu mengatur posisi produk pada sepertiga bidang foto dapat menarik perhatian. Penambahan properti pendukung yang sesuai dengan tema produk dapat meningkatkan daya tarik.
- d) Konsistensi gaya foto. Sebuah galeri produk yang menampilkan berbagai macam produk akan terlihat lebih menarik jika setiap foto produk menggunakan konsep dan tema yang konsisten.
- e) Fokus pada detail. Menggunakan kamera beresolusi tinggi dapat menghasilkan foto produk yang lebih baik. Perhatikan detail produk seperti fitur, komposisi, manfaat produk, dan sebagainya untuk memberikan informasi yang lengkap.
- f) Pemilihan sudut yang tepat. Foto dari berbagai sudut seperti depan, samping, atas, dan close-up dapat memberikan penggambaran produk yang lengkap.

Setiap peserta diberikan kesempatan mempraktikkan pengambilan foto produk mereka masing-masing yang langsung dievaluasi oleh narasumber.

2.3. Desain Poster Promosi

Praktik desain poster dilakukan dengan menggunakan aplikasi Canva yang dapat diakses melalui perangkat smartphone. Aplikasi ini dipilih karena kemudahan pengoperasiannya, memungkinkan para peserta yang sebagian besar awam dengan aplikasi desain grafis dapat mempelajarinya. Selain itu aplikasi Canva menyediakan versi gratis, meskipun ada batasan-batasan fitur yang dapat digunakan. Para peserta tetap dapat memenuhi kebutuhan desain poster dengan fitur-fitur yang tersedia pada versi gratis.

Setiap peserta dapat menginstall aplikasi Canva pada smartphone masing-masing, kemudian praktik dilakukan pada smartphone masing-masing. Dengan demikian, maka para peserta dapat melanjutkan kembali proyek yang sudah dikerjakan pada saat pelatihan berlangsung.

2.4. Evaluasi Hasil

Pelatihan yang berhasil dapat meningkatkan kemampuan para peserta, dibuktikan dengan membandingkan kemampuan peserta sebelum dan setelah pelatihan. Pada program PKM ini, evaluasi hasil dilakukan dengan menunjukkan hasil karya desain poster promosi yang telah dibuat oleh peserta.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Kegiatan pelatihan desain poster promosi untuk UMKM binaan Dinsospermasdes Kabupaten Jepara dilaksanakan pada tanggal 12 September 2024 bertempat di Rumah Pelayanan Sosial “Jepara Care” Dinsospermasdes Kabupaten Jepara. Kegiatan tersebut dihadiri oleh delapan peserta yang merupakan pelaku usaha UMKM binaan Dinsospermasdes. Foto narasumber bersama peserta ditunjukkan pada gambar 2.



Gambar 2. Foto bersama peserta

Pelatihan dilaksanakan sesuai dengan metode pelatihan yang telah disusun pada bab 2. Pelatihan dilakukan secara luring dengan suasana diskusi dua arah antara peserta dan narasumber.

3.1. Pemaparan Teori Desain Poster

Teori desain poster disampaikan secara lisan dengan bantuan ilustrasi melalui slide power point. Peserta mampu memahami materi yang disampaikan dengan baik. Ilustrasi dan contoh-contoh yang relevan ditunjukkan melalui slide pada gambar 3.



Gambar 3. Slide Teori Desain Poster

Pada akhir sesi pemaparan teori ini, diadakan sesi diskusi untuk mengevaluasi poster promosi yang sudah pernah dibuat oleh masing-masing peserta. Sebagian peserta telah membuat promosi melalui berbagai media, namun desain poster dan infografis yang dibuat masih belum optimal. Sebagian peserta lainnya, belum pernah mempromosikan produknya melalui media. Suasana pemaparan materi dan diskusi antara narasumber dan peserta ditunjukkan pada gambar 4.



Gambar 4. Sesi Pemaparan Teori Desain Poster

3.2. Praktik Pengambilan Foto Produk

Sesi pelatihan selanjutnya adalah praktik pengambilan foto produk sebagai bahan untuk poster yang akan dibuat. Praktik pengambilan foto dilakukan dengan menggunakan kamera smartphone karena praktis dan dimiliki oleh semua peserta. Untuk menunjang kualitas foto dan menjawab masalah pencahayaan yang dilakukan dalam ruangan, maka digunakan alat bernama *mini studio* dengan pencahayaan bersumber dari *ring light*. Dengan menggunakan alat-alat sederhana tersebut, maka peserta tidak membutuhkan kemampuan fotografi tinggi untuk dapat menghasilkan foto produk berkualitas. Praktik pengambilan foto produk serta hasil dari foto produk yang diperoleh dari praktik ini ditunjukkan pada gambar 5.



Gambar 5. Praktik Pengambilan Foto Produk (a) pengambilan foto produk (b) hasil foto produk

Gambar 5 menunjukkan bahwa peserta mamapu dengan mudah menghasilkan foto produk yang selanjutnya dapat digunakan sebagai bahan untuk poster produk.

3.3. Praktik Desain Poster Promosi

Praktik desain poster promosi dilakukan dengan menggunakan perangkat *smartphone*. *Smartphone* dipilih karena setiap peserta sudah memiliki dan terbiasa menggunakan *smartphone* untuk aktivitas sehari-hari. Dengan demikian, maka para peserta hanya perlu belajar aplikasi saja tanpa perlu belajar perangkat dan *environment* sistem operasi yang digunakan. Aplikasi yang digunakan pada pelatihan ini adalah aplikasi Canva. Canva dapat memenuhi kebutuhan desain info grafis yang kreatif [2]. Canva menyediakan banyak fitur seperti image, bentuk, font, dan sebagainya, serta penggunaannya mudah hanya dengan *drag and drop* [11]. Selain itu, canva menyediakan ribuan tema yang dapat digunakan sebagai template untuk membuat desain poster. Dengan demikian, maka para peserta dapat memilih tema yang kreatif sehingga mempercepat proses desain. Gambar 6 menunjukkan penggunaan aplikasi canva dengan membuat poster berdasarkan tema yang telah disediakan.



Gambar 6. Tampilan aplikasi canva

Gambar 6 menunjukkan aplikasi canva yang dijalankan di *smartphone* dengan posisi *landscape*. Pada bagian paling kiri terlihat icon-icon yang mewakili fitur yang disediakan oleh canva. Ketika salah satu fitur dipilih maka muncul menu di sampingnya yang dapat digunakan sesuai kebutuhan. Pada bagian kanan halaman canva, merupakan projek yang sedang dikerjakan dan menunjukkan hasil dari pekerjaan kita pada aplikasi canva.

3.4. Hasil Pelatihan

Pelatihan desain poster untuk UMKM berhasil meningkatkan kemampuan para peserta dalam membuat desain poster yang akan diunggah ke media sosial masing-masing. Sebelum pelatihan, para peserta mengirimkan foto produk terbaik sesuai kemampuan para peserta saat itu. Contoh foto sebagai terlampir pada gambar 7. Sebagai perbandingan dengan kemampuan peserta setelah mengikuti pelatihan, Gambar 8 menunjukkan poster yang berhasil dibuat oleh para peserta selama pelatihan.

Gambar 7 merupakan foto yang dapat dihasilkan salah satu peserta dengan kemampuannya mengambil gambar sebelum pelatihan. Foto tersebut kemudian dijadikan bahan promosi melalui whatsapp story sebagai promosi. Gambar 8 merupakan hasil karya peserta selama pelatihan dengan menggunakan aplikasi Canva. Poster-poster tersebut menunjukkan keberhasilan peserta dalam membuat poster yang lebih baik dari sebelum pelatihan. Selanjutnya, poster tersebut akan diunggah sebagai konten sosial media sebagai upaya promosi produk.



(a)



(b)

Gambar 7. Hasil Karya sebelum pelatihan (a) poster produk deterjen (b) poster produk sabun



(a)



(b)

Gambar 8. Hasil Pelatihan (a) poster produk jahe instan (b) poster produk sabun cair

4. KESIMPULAN

Program PKM bertema pelatihan desain poster promosi untuk UMKM binaan Dinsospermasdes Kabupaten Jepara berhasil dilaksanakan dengan baik sesuai metode yang telah disusun. Pemahaman teori peserta tentang dasar-dasar desain membantu para peserta menentukan komposisi, pemilihan warna, dan penulisan judul maupun informasi lain dalam gambar poster. Kemampuan peserta dalam mengambil foto produk juga meningkatkan kualitas foto produk yang dimasukkan ke dalam gambar poster sehingga produk terlihat lebih menarik. Peserta telah mamapu membuat poster dengan aplikasi canva sebagai media promosi atau *campaign* produk pada masa mendatang. Pelatihan ini secara keseluruhan berhasil meningkatkan kemampuan para pelaku UMKM dalam mendesain poster promosi yang bagus, informatif, dan menarik.

5. SARAN

Keberhasilan UMKM meningkatkan kapasitas usahanya membutuhkan banyak faktor, kemampuan desain poster promosi hanyalah satu dari banyaknya faktor tersebut. Kami mengusulkan pada masa yang akan datang, pelatihan-pelatihan pendukung lainnya perlu diberikan kepada para pelaku usaha UMKM. Diantaranya pelatihan digital marketing, pelatihan manajemen keuangan, pelatihan manajemen produk dan stok, serta pelatihan lainnya yang berkaitan dengan kemampuan wirausaha.

UCAPAN TERIMA KASIH

Kami mengucapkan terima kasih kepada Universitas Dian Nuswantoro Semarang yang telah mendukung program kemitraan masyarakat ini. Kami juga mengucapkan terima kasih kepada Dinas Sosial, Pemberdayaan Masyarakat dan Desa (Dinsospermasdes) Kabupaten Jepara yang telah membantu kami dalam mengkoordinir para pelaku usaha UMKM binaan.

DAFTAR PUSTAKA

- [1] C. A. Cholik, "Perkembangan Teknologi Informasi Komunikasi / ICT dalam Berbagai Bidang," *Jurnal Fakultas Teknik UNISA Kuningan*, vol. 2, no. 2, pp. 39–46, 2021.
- [2] K. N. Isnaini, D. F. Sulistiyani, and Z. R. K. Putri, "PELATIHAN DESAIN MENGGUNAKAN APLIKASI CANVA," *SELAPARANG*, vol. 5, no. 1, p. 291, Dec. 2021, doi: 10.31764/jpmb.v5i1.6434.
- [3] K. W. Mas'udah, Z. A. Achmad, I. S. P. Chayani, N. A. Multazam, and R. F. A. Putra, "PELATIHAN DESAIN PENGEMASAN DAN PEMASARAN KELOMPOK UMKM UNTUK MENINGKATKAN PENDAPATAN MASYARAKAT KELURAHAN DUPAK KECAMATAN KREMBANGAN KOTA SURABAYA JAWA TIMUR," *SHARE*, vol. 7, no. 2, pp. 129–135, Aug. 2021, doi: 10.9744/share.7.2.129-135.
- [4] A. Y. Arisqi and M. A. Hidayat, "Transformasi perilaku sosial komunitas street punk: perspektif teori strukturasi dalam model rehabilitasi sosial Dinsospermasdes Kabupaten Jepara," *gulawentah J. Stud. Sos*, vol. 8, no. 2, pp. 129–143, Dec. 2023, doi: 10.25273/gulawentah.v8i2.18014.
- [5] C. A. D. Selang, "BAURAN PEMASARAN (MARKETING MIX) PENGARUHNYA TERHADAP LOYALITAS KONSUMEN PADA FRESH MART BAHU MALL MANADO," *Jurnal EMBA*, vol. 1, no. 3, pp. 71–80, Jun. 2013.
- [6] P. Lestari and M. Saifuddin, "Implementasi Strategi Promosi Produk Dalam Proses Keputusan Pembelian Melalui Digital Marketing Saat Pandemi Covid'19," *MANOVA*, vol. 3, no. 2, pp. 23–31, Aug. 2020, doi: 10.15642/manova.v3i2.301.
- [7] P. Nugrahaningsih *et al.*, "PEMBERDAYAAN MASYARAKAT MELALUI PELATIHAN KEWIRAUSAHAAN DAN PEMASARAN DIGITAL PADA BUMDes BLULUKAN GEMILANG," *Kumawula*, vol. 4, no. 1, p. 8, Apr. 2021, doi: 10.24198/kumawula.v4i1.29574.
- [8] A. Chakti and A. Chakti, "The Book Of Digital Marketing. Makasar: Celebes Media Perkasa. Pamungkas, BA, dan Siti Z.(2016). Pengaruh Promosi Di Media Sosial Dan Word Of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus Pada Kedai Bontacos Jombang)," *Jurnal Komunikasi, x (2)*, vol. 145, 2019.
- [9] A. Resnatika, S. Sukaesih, and N. Kurniasih, "Peran infografis sebagai media promosi dalam pemanfaatan perpustakaan," *Jurnal Kajian Informasi dan Perpustakaan*, 2018, [Online]. Available: <https://api.semanticscholar.org/CorpusID:59592075>
- [10] G. A. Hanindito, A. P. Pirdianto, M. Ibadurrahman, and T. Pranoto, "Pendampingan Digital Marketing pada UKM Kuliner di Kotawaringin Barat untuk Meningkatkan Daya Saing," vol. 7, no. 4, 2024.
- [11] Universitas Sanata Dharma, L. P. A. Leryan, C. P. Damringtyas, M. P. Hutomo, and B. I. Printina, "THE USE OF CANVA APPLICATION AS AN INNOVATIVE PRESENTATION

MEDIA LEARNING HISTORY,” in *Prosiding Seminar Nasional FKIP 2018*, Sanata Dharma University Press, Dec. 2018, pp. 190–203. doi: 10.24071/snkip.2018.20.