

LAPORAN AKHIR
PENGABDIAN KEPADA MASYARAKAT
YANG DIAJUKAN KE
LEMBAGA PENELITIAN DAN PENGABDIAN KEPADA MASYARAKAT



PERANCANGAN BANNER PROMOSI PRODUK UKM
JURAGAN COFFEE

Disusun oleh:

Ketua Tim

Dr. Ariawan Gunadi, S.H., M.H.

Anggota:

Jane Christina (625210007)

Nathania Adrian Adil (625210015)

Stacy Vania Arthur (625210026)

PRODI DESAIN KOMUNIKASI VISUAL
FAKULTAS SENI RUPA DAN DESAIN
UNIVERSITAS TARUMANAGARA
JAKARTA
NOVEMBER 2022

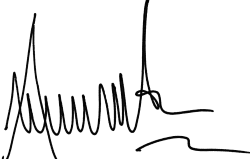
Halaman Pengesahan
Laporan Pengabdian Kepada Masyarakat

1. Judul PKM : Perancangan Banner Promosi Produk UKM
Juragan Coffee
2. Nama Mitra PKM : DKUKMPP Kabupaten Kubu Raya
3. Ketua PKM :
 - a. Nama dan gelar : Dr. Ariawan Gunadi, S.H., M.H.
 - b. NIDN : 0319038501
 - c. Jabatan/gol : Lektor Kepala
 - d. Program Studi : Hukum
 - e. Fakultas : Hukum
 - f. Bidang Keahlian : Hukum Perusahaan
 - g. Alamat kantor : Jl. Letjen S. Parman No. 1 Jakarta Barat
 - h. E-mail : 08561888271 / ariawangun@gmail.com
4. Anggota Tim PKM :
 - a. Jumlah anggota : -
 - b. Nama Anggota I/Keahlian : -
 - c. Jumlah Mahasiswa : 3 Orang
 - d. Nama mahasiswa dan NIM : 1. Stacy Vania Arthur / 625210026
2. Jane Christina / 625210007
3. Nathania Adrian Adil / 625210015
5. Lokasi Kegiatan Mitra :
 - a. Wilayah Mitra : Pontianak-Kalimantan
 - b. Kabupaten/Kota : Kubu Raya
 - c. Propinsi : Kalimantan Barat
6. Metode Pelaksanaan : Luring/Daring
7. Luaran Yang dihasilkan : Banner
8. Jangka Waktu Pelaksanaan : ~~Januari-Juni~~ Januari-Juli-Desember* (pilih salah satu)

Jakarta, 28 Oktober 2022

Menyetujui,
Ketua LPPM

Ir. Jap Tji Beng, MMSI., M.Psi., Ph.D.
NIDN/NIK : 0323085501/10381047

Ketua Pelaksana

Dr. Ariawan Gunadi, S.H., M.H.
NIDN: 0319038501

BAB I

Pendahuluan

A. Analisis Situasi

Usaha Kecil dan Menengah (UKM) menjadi usaha yang paling banyak dilakukan oleh masyarakat dan memiliki peran yang signifikan dalam pembantuan ekonomi saat terjadinya pandemi COVID-19 (Fatimah, 2021). Per Juni 2022, Menteri Koperasi dan UKM (Menkop UKM) Teten Masduki mengatakan sebanyak 19,5 juta pelaku UMKM dari 65 juta UMKM yang sedang bergerak, sudah masuk dan di bidang digital. Akibatnya, banyak pelaku usaha yang secara terus-menerus mengembangkan promosi produk mereka, hal inilah yang dilakukan oleh para pelaku usaha di Kabupaten Kubu Raya. Selama pandemi COVID-19, dari sekitar 12 ribu pelaku usaha yang ada di Kabupaten Kubu Raya (2021), sebanyak 95% merupakan pelaku usaha mikro dan kecil. Oleh karena ini, Dinas Koperasi, Usaha Mikro, Perdagangan & Perindustrian (DKUKMPP) Kab. Kubu Raya dengan aktif mendukung dan melakukan pembinaan untuk para pelaku usaha. Salah satu UKM yang sedang aktif bergerak di Kabupaten Kubu Raya adalah Juragan Coffee, sebuah usaha yang bergerak di bidang *food and beverage*, menjual bermacam jenis kopi. dari bubuk hingga minuman siap minum.

B. Masalah Mitra dan Solusinya

Juragan Coffee telah berdiri sejak tahun 2018, dan terus mengembangkan usahanya. Juragan Coffee ingin mendapatkan jangkauan pasar yang lebih luas, juga meningkatkan daya beli untuk produk-produk yang dijual. Dengan ini, kegiatan ini dilakukan untuk membantu pengelola usaha dalam merancang *banner* (spanduk) yang dapat digunakan sebagai media promosi. Banner adalah media yang cocok untuk meningkatkan kesadaran dan membangun merek, juga berguna untuk memberikan suatu informasi dan pesan. Melalui perancangan visual yang tepat, diharapkan *banner* yang dibuat akan dapat memberikan daya tarik tinggi terhadap masyarakat dan calon konsumen Juragan Coffee.



Gambar 1. Toko Fisik Juragan Coffee

Sumber: Instagram, 2022

Bab II

Pelaksanaan

A. Deskripsi Kegiatan

Pada tahap pengumpulan data awal, dilakukan wawancara dari Fakultas Seni Rupa dan Desain UNTAR terhadap para pelaku usaha di Kabupaten Kubu Raya. Pada hasilnya, dinyatakan bahwa perlunya bantuan untuk membuat perancangan visual *banner* (spanduk) promosi untuk produk UKM Juragan Coffee.

Juragan Coffee di buat 100% menggunakan biji kopi Robusta dari petani lokal Kubu Raya, Kalimantan Barat khususnya daerah punggur kecil dan sekitarnya. Digerakkan oleh para pemuda desa sehingga menghasilkan rasa serta aroma kopi yang khas dan otentik bagi para penikmat kopi. Juragan Coffee juga mempunyai beberapa *tagline*, seperti “*Special Authentic West Borneo’s Coffee*”, “Aroma Rasa Tak Pernah Dusta”, “Ngopilok Biar Nanjak”, dan “dari Punggur untuk Indonesia” penggunaan ketiga *tagline* ini agar dapat membentuk *brand awareness*. Karena berdasarkan dari penelitian yang dilakukan oleh Zulianto, E. (2010), penggunaan *tagline* memiliki pengaruh yang signifikan terhadap pembentukan *brand awareness*. Melihat hal ini, maka hal yang perlu ditekankan dalam perancangan hingga eksekusi adalah visual *banner* harus dapat menggambarkan karakteristik *brand* dengan baik, menggambarkan kekhasan dan keotentikan dari Juragan Coffee.



Gambar 2. Biji Kopi Robusta Juragan Coffee

Sumber: Instagram, 2022

Pada proses selanjutnya, dilakukan proses observasi pada desain kemasan dan visual dari Juragan Coffee, dan ditemukan kemiripan *style* pada beberapa desain serta adanya palet warna yang kerap digunakan. Produk yang ingin digarap dalam banner ada 2, berupa kopi bubuk dan juga kopi siap minum. Juragan Coffee juga memberikan kebebasan dalam perancangan visual yang dilaksanakan.

Pada tahap awal eksekusi, dimulai dengan proses pencarian referensi visual yang sesuai dengan konsep yang sudah dirundingkan sebelumnya, yang juga akan digunakan sebagai acuan landasan saat perancangan *banner*.



Gambar 3. Referensi Desain Banner

Sumber: Pinterest, 2022

Dari referensi visual yang dicari melalui media *pinterest*, kemudian dibuat beberapa alternatif sketsa manual terkait *banner* yang kemudian diajukan kepada dosen pembimbing, Harry Mores.



Gambar 4. Sketsa Alternatif Banner

Sumber: Dokumentasi Penulis, 2022

Perancangan *banner* menggunakan warna hitam, merah, coklat, serta kuning yang dimana warna ini sudah disesuaikan dengan observasi dari *brand* Juragan Coffee. Coffee Juragan memiliki target pasaran dominan pria dewasa, maka dari itu pemilihan warna *color palette* disesuaikan, menggunakan warna maskulin seperti hitam, abu-abu dan putih. Sesuai dengan kopi Juragan Coffee, pemilihan warna untuk menggunakan dasar *background hitam* untuk menunjukkan pekat pahitnya kopi dari

Juragan Coffee, pemilihan warna ini juga dipilih untuk menunjukkan kontras yang tinggi antara tipografi dan ilustrasi. Warna kuning dan merah adalah warna hangat, memberi rasa hangat dari kopi yang dipanggang pada temperatur tinggi.

Dari segi ornamental, banner yang dirancang menggunakan ornamen batik yang sudah disediakan oleh Juragan Coffee. Batik ini merupakan identitas penting dari juragan coffee, bukan saja menjelaskan asal dari usaha ini dengan menggunakan batik Muare Reborn Kubu Raya, namun juga menggunakan motif kopi pada motif batik sebagai bentuk inovasi batik modern dari motif asli batik Muare Reborn. Motif batik ini melambangkan wilayah perairan dan muara dari sungai kapuas, pola bunga bakau yang merupakan tanaman endemik Kabupaten Kubu Raya dan ukir Melayu merepresentasikan akar mangrove yang berarti semangat Kubu Raya untuk terus maju dan tetap membawa akar budaya.

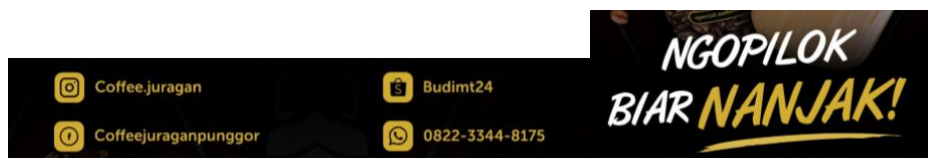


Gambar 5. Palet Warna dan Batik buatan Juragan Coffee

Sumber: Dokumentasi Penulis, 2022

Kami menggunakan gabungan tipografi dengan *typeface sans serif* dan *brush script*. *Typeface sans serif* digunakan untuk membedakan teks keterangan dengan logo dan lebih mudah dibaca dalam size yang lebih kecil. *Typeface brush script* digunakan untuk menonjolkan slogan, digunakan dalam ukuran yang besar dan huruf besar untuk mengemfasis *tagline* “Ngopilok Biar Nanjak!”. Tagline memungkinkan terciptanya citra merek dan mempersuasif perilaku konsumen, dari kata “Ngopilok” yang berarti anjuran serta “Nanjak” yang berarti meningkat atau bergerak ke atas. Jadi dengan ngopi bisa dapat inspirasi, solusi, dan berakselerasi lebih cepat dan naik lebih tinggi.

Museo Sans *Art Brush*



Gambar 6. Tipografi *typeface sans serif* (Museo Sans) dan *typeface brush script* (Art Brush)

Sumber: Dokumentasi Penulis, 2022



Gambar 7. Ornamen Banner

Sumber: Dokumentasi Penulis dan Freepik, 2022

Hasil akhir dari desain *banner* Juragan Coffee

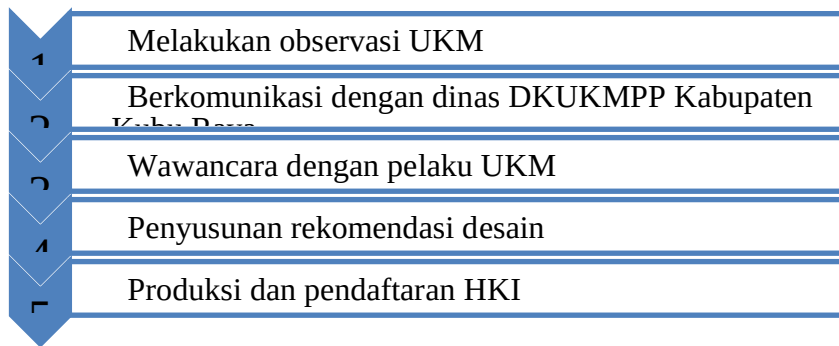


Gambar 8. Hasil Banner Juragan Coffee

Sumber: Dokumentasi Penulis, 2022

B. Metode Pelaksanaan

Pelaksanaan kegiatan ini melibatkan 1 mahasiswa pada pelaksanaan pelatihan. Berikut adalah kerangka pelaksanaannya:



Deskripsi bagan (penjelasan pelaksanaan)

1. Melakukan observasi UKM

Pada tahap awal, dilakukan observasi terhadap UKM di Kabupaten Kubu Raya, Kalimantan Barat. Hasil dari observasi yang telah dilakukan, dinyatakan bahwa diperlukannya perancangan media promosi berupa *banner* untuk salah satu UKM di Kabupaten Kubu Raya, yakni Juragan Coffee.

2. Berkomunikasi dengan dinas dan Bupati DKUKMPP Kabupaten Kubu Raya

H. Muda Mahendrawan, S.H, M.Kn selaku sebagai Bupati Kubu Raya memberi kata sambutan mengenai UKM di Kubu Raya dan harapan nya untuk terus mendorong kemajuan dengan melakukan upaya menjamin pasar agar para pengusaha yakin dan memiliki rasa percaya diri untuk menginisiasi produk-produk dan melakukan regulasi. Sistem regulasi ini dilakukan dengan menggunakan data berbasis informasi spasial dan dijamin legalitasnya d dapat dipercepat, tanpa meminta, pemerintah sudah memberikan NIB, PTISP, proses pelatihan, legalitas BPOM, sertifikat halal, dan upaya untuk memperkuat literasi digital UKM. Hal ini semua dilakukan agar semakin terbuka peluang dan hasil lokal terutama pangan dapat dimanfaatkan serta mengurangi pengangguran. Mengetahui pentingnya peran UMKM pada Kubu Raya yang bergerak pada 22.000 unit di berbagai bidang, pemerintah berharap Universitas Tarumanagara dapat ikut serta meningkatkan daya tarik UMKM, dalam bentuk video dan banner.

3. Wawancara dengan pelaku UKM

Pada tahap ini, mahasiswa melakukan wawancara melalui *platform* Whatsapp kepada pemilik Juragan Coffee. Pertanyaan yang ditanyakan antara lain mengenai arti slogan, asset-asset, pemilihan font, dan hal-hal yang berkaitan dengan keperluan pembuatan visual banner.

4. Penyusunan rekomendasi desain

Pada tahap ini, dimulai penyusunan rekomendasi desain banner UKM Juragan Coffee setelah pengambilan data. Penyusunan rekomendasi desain dimulai dari warna, tipografi, ornamental, dan juga semua elemen visual yang perlu ditampilkan untuk mendukung pengerjaan desain banner.

5. Produksi dan pendaftaran HKI

Bab III

Kesimpulan

Perancangan Desain Komunikasi Visual UKM Juragan Coffee sebagai kerja sama antara pihak DKV UNTAR dengan DKUKMPP Kabupaten Kubu Raya, dilakukan dengan membuat *banner* sebagai media promosi baru untuk UKM Juragan Coffee. Proses perancangan *banner* ini dimulai dari observasi, pencarian visual, hingga tahap eksekusi dengan membuat beberapa alternatif hingga terbentuknya hasil akhir. Dengan dilakukannya perancangan ini, diharapkan *banner* yang telah dibuat dapat membantu meningkatkan UKM Juragan Coffee, meningkatkan minat dan daya tarik calon pembeli Juragan Coffee.

Daftar Pustaka

- Subiyanto, W. (2022). Mengapa Inovasi itu Penting? Riset Pada Daya Saing UKM Selama Pandemi Covid-19. *Akuntansi Dewantara*, 6(3), 24-31.
- Harms, B., Bijmolt, T. H., & Hoekstra, J. C. (2019). You don't fool me! Consumer perceptions of digital native advertising and banner advertising. *Journal of media business studies*, 16(4), 275-294.
- Zulianto, E. (2010). Analisis pengaruh penggunaan tagline dan persepsi konsumen dalam pembentukan brand awareness suatu produk: studi kasus pada iklan coca cola.
- Karlina, D. (2021). Perlindungan Hak Cipta Atas Motif Kain Khas Kabupaten Kubu Raya, Kalimantan Barat. *Tanjungpura Law Journal*, 5(1), 93-113.
- Nwankwo-Ojionu, C. E., Adzharuddin, N. A., Waheed, M., & Khir, A. M. (2021). Impact of Strategic Ambiguity Tagline on Billboard Advertising on Consumers Attention. *Online Journal of Communication and Media Technologies*, 12(1), e202204.

Referensi Internet

- <https://geniusee.com/single-blog/font-readability-research-famous-designers-vs-scientists#:~:text=Sans%20is%20a%20French%20word,font%20for%20reading%20on%20screen.>
- <https://kalbar.antaranews.com/berita/504741/95-persen-usaha-di-kubu-raya-didominasi-oleh-usaha-mikro-dan-kecil>
- <https://dkumpp.kuburayakab.go.id/read/245/kunjungan-dosen-dan-mahasiswa-universitas-tarumanegara-fakultas-seni-rupa-dan-desain-ke-pelaku-umkm-kab-kubu-raya>
- <https://untan.ac.id/gandeng-umkm-kubu-raya-lp3m-untan-selenggarakan-pelatihan-dan->

[pendampingan-digital-marketing/](#)
<https://www.facebook.com/DKUKMPP.KubuRaya/>
<http://www.prokopim.kuburayakab.go.id/berita/gelombang-muare-reborn-diluncurkan>
<https://kuburayakab.go.id/seputar-kuburaya/berita/motif-khas-kubu-raya-yang-memiliki-banyak-arti-yuk-kenali->

Lampiran

1. Surat Tugas

2. Bukti Luaran

UKM DKUKMPP KABUPATEN KUBU RAYA

Juragan
coffee
est. 2018

special authentic west borneo's coffee

Instagram: Coffee.juragan
WhatsApp: Budimt24
Facebook: Coffeejuraganpunggor
Phone: 0822-3344-8175

**NGOPILOK
BIAR NANJAK!**

DIDUKUNG OLEH:

LPPM UNTAR
Lembaga Penelitian dan
Pengabdian kepada Masyarakat

UNTAR
FAKULTAS
SENI RUPA & DESAIN

dku

Mehajak

3. Sertifikat HKI

SURAT PENCATATAN CIPTAAN

Dalam rangka perlindungan ciptaan di bidang ilmu pengetahuan, seni dan sastra berdasarkan Undang-Undang Nomor 28 Tahun 2014 tentang Hak Cipta, dengan ini menerangkan:

Nomor dan tanggal permohonan : EC00202290657, 17 November 2022

Pencipta

Nama : **Dr. Ariawan, S.H., M.H, Stacy Vania Arthur dkk**
Alamat : Jln. Rusa Raya/9, RT.015/RW.008, Manggarai Selatan, Tebet, , Jakarta Selatan, , DKI JAKARTA, 12860
Kewarganegaraan : Indonesia

Pemegang Hak Cipta

Nama : **Dr. Ariawan, S.H., M.H, Stacy Vania Arthur dkk**
Alamat : Jln. Rusa Raya/9, RT.015/RW.008, Manggarai Selatan, Tebet, , Jakarta Selatan, , DKI JAKARTA, 12860
Kewarganegaraan : Indonesia
Jenis Ciptaan : **Banner**
Judul Ciptaan : **Banner Promosi Produk UKM Juragan Coffee**
Tanggal dan tempat diumumkan untuk pertama kali di wilayah Indonesia atau di luar wilayah Indonesia : 15 November 2022, di Jakarta
Jangka waktu perlindungan : Berlaku selama hidup Pencipta dan terus berlangsung selama 70 (tujuh puluh) tahun setelah Pencipta meninggal dunia, terhitung mulai tanggal 1 Januari tahun berikutnya.
Nomor pencatatan : 000406401

adalah benar berdasarkan keterangan yang diberikan oleh Pemohon.
Surat Pencatatan Hak Cipta atau produk Hak terkait ini sesuai dengan Pasal 72 Undang-Undang Nomor 28 Tahun 2014 tentang Hak Cipta.



a.n Menteri Hukum dan Hak Asasi Manusia
Direktur Jenderal Kekayaan Intelektual
u.b.
Direktur Hak Cipta dan Desain Industri

Anggoro Dasananto
NIP.196412081991031002

LAMPIRAN PENCIPTA

No	Nama	Alamat
1	Dr. Ariawan, S.H., M.H	Jln. Rusa Raya/9, RT.015/RW.008, Manggarai Selatan, Tebet,
2	Stacy Vania Arthur	Jalan Hijau Daun Raya No. 28/32 (RT 009/ RW 011), Cipinang Cempedak, Jatinegara
3	Jane Christina	Kebon Kacang XII No.7-A (RT 002/ RW 003), Kebon Kacang, Tanah Abang
4	Nathania Adrian Adil	Teluk Gong (RT 008/ RW 013), Pejagalan, Penjaringan

LAMPIRAN PEMEGANG

No	Nama	Alamat
1	Dr. Ariawan, S.H., M.H	Jln. Rusa Raya/9, RT.015/RW.008, Manggarai Selatan, Tebet,
2	Stacy Vania Arthur	Jalan Hijau Daun Raya No. 28/32 (RT 009/ RW 011), Cipinang Cempedak, Jatinegara
3	Jane Christina	Kebon Kacang XII No.7-A (RT 002/ RW 003), Kebon Kacang, Tanah Abang
4	Nathania Adrian Adil	Teluk Gong (RT 008/ RW 013), Pejagalan, Penjaringan

