

Modernisasi Foto Produk Untuk Konten Media Sosial UMKM Anisa Bakery

Aziza Egi Firmansyah¹, Ahmad Awaludin Saputra², Pujianto³, Vickrie Ardy⁴

Program Studi Desain Media, Politeknik Bina Madani

Diterima : 02/01/2024

Revisi : 22/01/2024

Diterbitkan : 02/02/2024

Abstrak. Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) yang bergerak di bidang makanan memiliki peran penting dalam memenuhi permintaan konsumen akan produk makanan yang berkualitas di era sekarang. Dengan memiliki tujuan untuk membantu mengembangkan UMKM Anisa Bakery memiliki cara memperkenalkan produk Anisa Bakery kepada masyarakat luas melalui media sosial dengan postingan konten – konten yang menarik. Pemilik Anisa Bakery juga menjaga kualitas dan terus *berinovasi* untuk meningkatkan mutu dan kualitas serta mengedepankan proses dalam pengolahan produksi yang terjamin baik dari bahan yang berkualitas. Dalam Jurnal ini akan dijelaskan bagaimana cara pembuatan konten yang menarik bagi UMKM yang baru berkembang seperti penggunaan media sosial di era sekarang ini menjadi sangat penting dalam mencapai audiens yang lebih luas dan memperkuat citra merek produk roti agar produk dapat dikenal oleh masyarakat.

Kata kunci: Konten Media Sosial, Desain, dan Makanan

Abstract. *Micro, Small and Medium Enterprises (MSMEs) operating in the food sector have an important role in meeting consumer demand for quality food products in the current era. With the aim of helping develop MSMEs, Anisa Bakery has a way of introducing Anisa Bakery products to the public through social media by posting interesting content. The owner of Anisa Bakery also maintains quality and continues to innovate to improve quality and prioritizes guaranteed production processes from quality ingredients. In this journal, we will explain how to create interesting content for newly developing MSMEs, such as the use of social media in the current era which is very important in reaching a wider audience and strengthening the brand image of bakery products so that the product can be recognized by the public.*

Keywords: *Social Media Content, Design and Food*

Correspondence author: Aziza Egi Firmansyah, azizaegi@gmail.com, Bekasi, and Indonesia



This work is licensed under a [CC-BY-NC](https://creativecommons.org/licenses/by-nc/4.0/)

Pendahuluan

Roti merupakan makanan yang menggunakan bahan dasar utama yaitu tepung terigu, air dan difermentasi dengan ragi, namun ada beberapa produsen yang tidak menggunakan ragi dalam proses fermentasinya. Seiring kemajuan *teknologi*, proses pembuatan roti diolah dengan campuran bahan lain seperti garam, minyak, mentega ataupun telur untuk menambahkan kandungan protein yang ada di dalam roti.

Dalam era bisnis yang terus berubah dan persaingan yang semakin ketat, UMKM seperti Anisa Bakery harus senantiasa mengevaluasi dan menyesuaikan strategi branding mereka agar tetap relevan dan menarik bagi pelanggan. Re-desain branding adalah langkah strategis yang dapat memperbarui identitas merek, meningkatkan daya tarik, dan menciptakan kesan yang kuat.

Jurnal ini bertujuan untuk mendokumentasikan proses, tantangan, dan dampak dari re-desain branding pada Anisa Bakery. Dengan memahami konteks, alasan, dan langkah-langkah yang terlibat dalam proses re-desain branding, Anisa Bakery dapat mengambil langkah yang terinformasi dan strategis untuk memperbarui citra merek mereka.

Memotivasi dan memandu seluruh tim dalam menjalankan re-desain branding dengan sukses. Dalam dunia bisnis yang dinamis, konsep branding yang kuat adalah kunci untuk membangun citra yang meyakinkan dan membedakan bisnis dari pesaing. Bagi UMKM seperti Anisa Bakery, proses re-desain branding dapat menjadi langkah strategis untuk meningkatkan daya tarik bisnis.

Peningkatan daya saing dan pembaruan brand untuk memenuhi standar industri. Peningkatan daya tarik pelanggan dan kepercayaan konsumen. Dukungan untuk peluncuran produk baru atau perluasan usaha. Pentingnya citra merek yang kuat dapat mempengaruhi persepsi pelanggan. Peran branding dalam membentuk identitas unik yang dapat dikenali.

Perubahan dalam tren pasar atau perilaku konsumen yang memerlukan penyesuaian brand. Peningkatan persaingan di pasar atau peluncuran produk baru. Membangun citra yang lebih modern dan sesuai dengan perkembangan waktu. Pemanfaatan platform media sosial untuk mendapatkan umpan balik dan partisipasi pelanggan.

Hasil dari re-desain branding dan dampaknya pada kesadaran merek, persepsi pelanggan, dan kinerja bisnis secara keseluruhan. Bagaimana respons pelanggan dan masyarakat terhadap perubahan merek. Pemaparan tentang bagaimana pemilik, karyawan, dan pelanggan Anisa Bakery terlibat dalam proses re-desain.

Signifikansi keterlibatan mereka dalam menggambarkan identitas merek yang baru. Langkah-langkah konkret yang diambil selama proses re-desain branding, mulai dari perencanaan hingga implementasi. Bagaimana elemen visual dan strategi pemasaran digunakan untuk mencapai tujuan re-desain. Bagaimana perubahan ini tercermin dalam logo, warna, tipografi, dan elemen desain lainnya.

Mahasiswa Politeknik Bina Madani menjalankan *Project Based Learning* dengan membantu usaha mikro kecil menengah yang berada di Jalan Kampung Utan No.RT.04/029 Wanasari, Cibitung, Kab. Bekasi, Jawa Barat yang bergerak dibidang olahan makanan roti yang berbahan dasar tepung terigu usaha ini disebut dengan nama "Anisa Bakery".

Mahasiswa Politeknik Bina Madani menjalankan *Project Based Learning* dengan ini memiliki tujuan untuk membantu mengembangkan UMKM Anisa Bakery dengan cara memperkenalkan produk Anisa Bakery kepada masyarakat luas melalui pembuatan desain yang lebih terkonsep yang memiliki identitas dan daya tarik.

Metode Pelaksanaan

a) Wawancara dan Observasi

Wawancara dilakukan untuk mendapatkan informasi mengenai usaha yang Mitra kembangkan, metode ini dilakukan agar kami dapat memahami profil mitra. Sedangkan observasi dilakukan untuk pengamatan pengembangan usaha yang akan dilakukan mitra karena perlu banyak penelitian terhadap produk mitra agar mampu bertahan dan dikenal oleh masyarakat luas, selain itu juga dapat memperoleh informasi mengenai aktivitas penjualan mitra.

b) Pengumpulan Data atau Pencatatan Data

Metode pengumpulan data sangat dibutuhkan untuk mencatat segala jenis aktifitas dan kendala-kendala apa saja yang dapat menghambat kelancaran usaha Anisa *Bakery*. Setelah melakukan observasi perlu pencatatan hasil data karena setiap trend pasar akan terus berubah – ubah maka dari itu melakukan pencatatan data agar produk Anisa *Bakery* sesuai dengan trends pasar.

c) Dokumentasi

Melakukan dokumentasi berkaitan sangat erat untuk usaha Anisa *Bakery* karena dengan proses berjalannya sebuah usaha, mulai dari observasi, pencatatan data sampai pada informasi mengenai usaha Anisa *Bakery*, serta keinginan konsumen hingga konsumen dapat dengan mudah membeli produk Anisa *Bakery*, karena adanya dokumentasi usaha. Menggunakan sosial media salah satu informasi untuk membangun *brand awareness* serta informasi lain mengenai usaha Anisa *Bakery*. Metode yang digunakan dalam mengeksplorasi dan menganalisis proses re-desain, termasuk penelitian pasar, wawancara dengan pemangku kepentingan, dan pengukuran kinerja brand. Rincian mengenai pendekatan yang diambil untuk memastikan keakuratan dan relevansi data.

Hasil dan Pembahasan

Perancangan Media bertujuan untuk membantu mencapai tujuan dari usaha mikro kecil menengah (UMKM), membantu mengatasi masalah yang ada dan mempertahankan keberhasilannya dalam jangka panjang.

Hasil Perancangan Media

Desain media sebagai salah satu prodi yang ikut dalam pelaksanaan program *Project Based Learning* bekerjasama dengan prodi yang lain merencanakan untuk membantu Anisa *Bakery* meningkatkan *brand awareness* serta meningkatkan pemasaran dengan membuat hal-hal :

a. Logo

Warna sebagai unsur visual yang berkaitan dengan bahan yang mendukung keberadaannya ditentukan oleh jenis pigmennya. Kesan yang diterima oleh mata lebih ditentukan oleh cahaya. Secara visual, warna memiliki kekuatan yang mampu mempengaruhi citra orang yang melihatnya.



(Gambar 4 kode warna)

Tipografi didefinisikan sebagai suatu proses seni untuk menyusun bahan publikasi menggunakan huruf cetak. Desain komunikasi visual tidak bisa lepas dari tipografi sebagai unsur pendukungnya. Rangkaian huruf dari sebuah kata atau kalimat tidak hanya memiliki suatu gagasan yang mengacu kepada sebuah hitam obyek ataupun gagasan, akan tetapi juga memiliki kemampuan untuk menyuarakan suatu citra atau kesan secara visual. Berikut ini adalah perubahan design logo yang dibuat untuk Anisa Bakery :



(Gambar 5 Logo lama)



(Gambar 6 Logo baru)

b) Foto produk

Hasil perancangan media promosi (*Instagram, TikTok dan WhattsApp*)

1) *Feeds Hard Selling*

Dengan elemen visual feed instagram yang menggambarkan keunggulan produk Anisa Bakery contohnya adalah kelembutan dan rasa yang gurih dari varian sosis iris untuk meningkatkan pemahaman produk atau produk *knowledge*.



(Gambar 7 konten *feeds hard selling*)



(Gambar 8 konten *feeds hard selling*)



(Gambar 9 konten *feeds hard selling*)



(Gambar 10 konten *feeds hard selling*)

2) Feeds Interaktif

Kami membuat konten feed dengan tema *interaktif* bertujuan untuk berinteraksi dengan *audience* sehingga mendapatkan respon yang menarik di masyarakat dan untuk meningkatkan *engagement* akun social media Anisa Bakery.



(Gambar 11 konten feeds interaktif)

3) Feeds Informatif

Kami membuat konten feeds dengan tema informatif bertujuan untuk memberikan informasi kepada *audience* sehingga *audience* dapat memahami informasi apa yang di sampaikan.



(Gambar 12 konten feeds informatif)



(Gambar 13 konten feeds informatif)



(Gambar 14 konten feeds informatif)



(Gambar 15 konten feeds informatif)



(Gambar 16 konten feeds informatif)

4) Feeds HBN (Hari Besar Nasional)

Kami membuat konten feeds dengan tema informatif bertujuan untuk memberikan informasi kepada *audience* sehingga *audience* dapat memahami informasi apa yang di sampaikan.



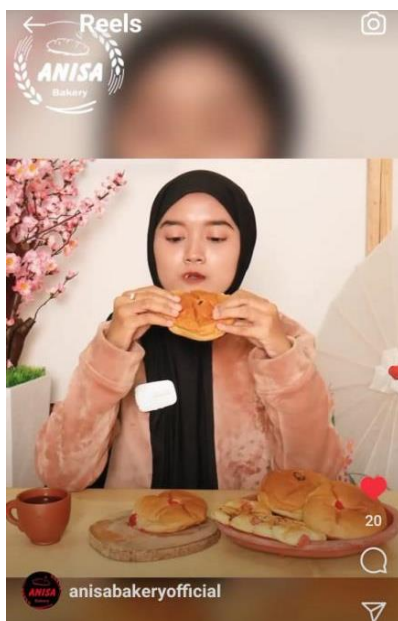
(Gambar 17 konten feeds hari besar nasional)



(Gambar 18 konten feeds hari besar nasional)

c. Video

(Gambar 19 video reels)

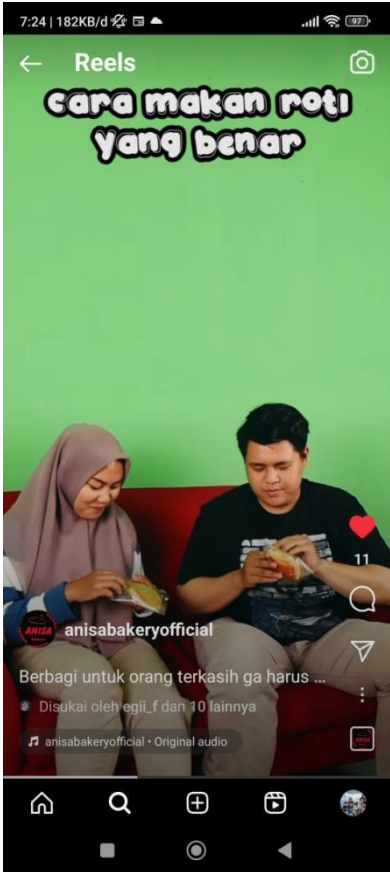


(Gambar 20 video reels)





(Gambar 21 video reels)



(Gambar 22 video reels)



(Gambar 23 video reels)



(Gambar 24 video reels)

d. Packaging



(Gambar 25 Packaging)

1) Desain Daftar Menu

Mengupgrade desain daftar menu dengan desain yang lebih menarik dan informatif , serta menambahkan varian menu baru.



(Gambar 26 Desain Daftar Menu)



(Gambar 27 Desain Daftar Menu)

e. *Banner*



(Gambar 28 Desain *Banner*)

f. *Kartu nama*



(Gambar 29 Desain Kartu nama depan)



(Gambar 30 Desain Kartu nama belakang)

SIMPULAN

Project Based Learning (PjBL) adalah sebuah model pembelajaran yang menjadikan mahasiswa atau peserta didik sebagai subjek atau pusat pembelajaran, menitikberatkan proses belajar yang memiliki hasil akhir berupa produk. Mahasiswa atau peserta didik dapat lebih mandiri untuk melihat, megaktualisasikan, mengeksplorasi dan berinovasi dengan ilmu yang sudah didapatkan ketika proses belajar di kampus serta dapat berkolaborasi dan bersosialisasi dengan teman, lingkungan dan pihak Mitra itu sendiri.

Kesimpulan yang bisa penulis dapatkan dari hasil pembelajaran *Project Based Learning* (PjBL) dengan Mitra *Anisa Bakery* adalah sebagai berikut:

1. *Anisa Bakery* adalah UMKM yang bergerak dalam bidang roti manis dan roti tawar yang di produksi sendiri setiap harinya.
2. *Anisa Bakery* ini masih membutuhkan perhatian khusus, khususnya dalam hal pemasaran produk supaya produk roti ini bisa lebih dikenal oleh masyarakat umum. Dengan melakukan perubahan melalui desain sedemikian rupa diharapkan dapat membawa dampak yang besar bagi *Anisa Bakery* khususnya dalam hal penjualan produk.

Ucapan Terima Kasih

Penulis mengucapkan terima kasih kepada Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) yang telah memberikan kesempatan serta bersedia usahanya untuk dikelola, dan kepada Politeknik Bina Madani terimakasih karena telah memberikan kesempatan kepada mahasiswanya untuk melakukan kegiatan ini, Ucapan terima kasih juga saya sampaikan kepada tim peneliti dan pihak lain yang terlibat dalam penulisan jurnal ini. Kerja sama dan kontribusi mereka telah memperkaya isi jurnal dan memberikan informasi yang lebih lengkap kepada pembaca. Setiap langkah dan kesimpulan yang dibuat sangat terbukti dan didukung dengan bukti yang kuat, yang menjadikan jurnal ini sebagai sumber referensi yang sangat berharga.

DAFTAR PUSTAKA

- Verghese, K. (2012).
Packaging Sustainability: Tools, Systems, and Strategies for Innovative Package Design. CRC Press.
- Rissanen, T., & McQuillan, H. (2018).
Zero Waste Fashion Design. Bloomsbury Visual Arts.
- Jedlicka, W. (2017).
Packaging Sustainability: Tools, Systems, and Strategies for Innovative Package.
- Elsworthy, A. (2018).
Sustainable Packaging Design: A Cultural Perspective. Routledge.
- Pauwels, P., & Willems, K. (Eds.). (2017).
Design for Sustainable Change: How Design Bloomsbury Visual Arts.