

PERANCANGAN MEDIA PROMOSI SEBAGAI UPAYA MENINGKATKAN IDENTITAS BAGI UMKM

Herliyana Rosalinda^{1*}, Nurulfatmi Amzy², Edo Galasro Limbong³

Universitas Indraprasta PGRI¹²³

Herliyanarosalinda1990@gmail.com^{1*}, nurulfatmiamzy@gmail.com², edogalasro_limbong@yahoo.com³

Kata Kunci: Logo; Brosur; Dapoer Nenda.

Abstrak: UMKM (Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah) di Masyarakat saat ini menjadi salah satu penggerak perekonomian masyarakat dengan cara memajukan komoditi lokal di Indonesia. Dapoer Nenda sebagai mitra kegiatan abdimas ini menjadi salah satu UMKM yang baru bergerak sejak tahun 2024. Berlokasi di daerah Depok Jawa Barat, Dapoer Nenda bergerak dalam kegiatan bisnis *food and beverage*. Awal berdirinya Dapoer Nenda telah berusaha untuk membuat logo dan brosur sebagai identitas dan sebagai upaya promosi. Namun upaya tersebut masih belum maksimal karena kurangnya karakteristik yang ditampilkan pada media promosi tersebut. Adanya kegiatan abdimas ini memfasilitasi dan menghasilkan perancangan logo baru dan brosur yang lebih memiliki karakteristik dan informatif.

Keyword: Logo; Pamflet; Dapoer Nenda.

Abstract: *UMKM (Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah) in the Community are currently one of the drivers of the Community economy by advancing local commodities in Indonesia. Dapoer Nenda as a partner in this community service activity is one of the UMKM that has been operating since 2024. Located in the Depok area of West Java, Dapoer Nenda is engaged in food and beverage business activities. Since its inception, Dapoer Nenda has tried to create a logo and brochure as an identity and as a promotional effort. However, these efforts have not been maximized due to the lack of characteristics displayed on the promotional media. The existence of this community service activity facilitates and produces the design of a new logo and brochure that has more characteristics and is more informative.*

Diserahkan: 21-04-2025

Direvisi: 30-06-2025

Diterima: 30-06-2025

PENDAHULUAN

Di era modern sekarang ini masyarakat diharuskan untuk bergerak cepat agar tidak tertinggal dengan titik kebutuhan yang dicapai. Banyak kantor di Indonesia memulai jam operasionalnya pada pagi hari pukul 08.00 WIB, bahkan pada institusi pendidikan lebih pagi lagi, sekitar jam 06.30 WIB hingga 07.30 WIB. Semua itu dilakukan agar tujuan dan target perencanaan institusi dan perusahaan dapat tercapai. Ketatnya jadwal



yang diberikan tidak jarang membuat masyarakat kesulitan mengakses sarapan dan perbekalan makan siang sesuai dengan kebutuhannya. Melihat situasi tersebut, pelaku usaha kuliner kemudian mengembangkan *catering* yang menyediakan makanan *ready to eat* yang sesuai dengan kebutuhan harian *customer*. Di era *digital* ini, industri kuliner, khususnya *catering* mengalami persaingan yang ketat dan kompleks. Banyak *layer* yang harus dipenuhi oleh pelaku usaha untuk menggaet *customer*.

Tren konsumsi masyarakat kini dipengaruhi oleh kemudahan akses informasi serta preferensi terhadap layanan yang praktis, terpercaya, dan harga yang terjangkau. Keberadaan media sosial dan *platform digital* menjadi faktor penting dalam membangun citra bisnis dan menjangkau pelanggan yang lebih luas. Selain itu, perkembangan tren makanan sehat, kemasan ramah lingkungan, serta layanan berbasis *pre-order* semakin menuntut pelaku usaha untuk beradaptasi dan memiliki strategi pemasaran yang efektif. Tim dosen komunikasi visual dengan keahlian dalam desain dan penyampaian informasi dapat menawarkan rancangan desain *pitch deck* yang efektif kepada Dapoer Nenda selaku mitra. Perancangan ini tidak hanya meningkatkan kapasitas internal Dapoer Nenda, tetapi juga berkontribusi pada peningkatan kualitas komunikasi bisnis di industri media digital. Selain itu, kegiatan ini sejalan dengan tujuan pengabdian kepada masyarakat, yaitu menerapkan ilmu pengetahuan untuk memecahkan masalah nyata di masyarakat (Afandi, 2022).

Desain mencakup aktivitas yang terkait dengan penciptaan karya yang memiliki keindahan, rasa, dan kreativitas. Lebih dari sekedar eksplorasi visual, desain juga mencakup aspek-aspek budaya, sosial, filosofis, teknis dan bisnis (Wahyuningsih dalam (Cuhandi et al., 2025)). Kolaborasi antara akademisi dan praktisi melalui program pengabdian kepada masyarakat dapat menciptakan sinergi yang positif. Dosen dapat mengaplikasikan keahlian akademis mereka dalam konteks praktis, sementara Dapoer Nenda dapat memanfaatkan pengetahuan tersebut untuk pengembangan bisnis dan penyebaran informasi teknologi yang lebih efektif. Dapoer Nenda, sebagai UMKM pemula dalam industri *catering* ini, memahami peran penting *branding* bagi sebuah usaha. Membangun identitas dan eksistensi di tengah kompetisi dan perang *digital* sekarang ini menjadi tantangan tersendiri. Tanpa strategi *branding* yang kuat, usaha *catering* akan kesulitan dalam menarik perhatian pelanggan dan menciptakan keterikatan dengan *customer* di tengah banyak pilihan yang tersedia.

Dapoer Nenda sebagai pendatang baru menghadapi tantangan dalam membangun identitas visual dan strategi pemasaran. Usaha *catering* tersebut sebagai pihak mitra dalam kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini masih belum memiliki logo resmi serta media promosi yang terstruktur. Upaya pemasaran yang dilakukan masih terbatas pada penggunaan *template* Canva, sehingga belum merepresentasikan identitas dan *value* yang dimiliki oleh Dapoer Nenda. Ketidadaan *branding* yang kuat mempengaruhi tingkat *brand awareness* di kalangan calon pelanggan. Tanpa identitas visual yang konsisten dan strategi promosi yang terarah, Dapoer Nenda berisiko kalah dalam persaingan dengan usaha *catering* yang sudah lebih dahulu dikenal. Oleh karena itu, diperlukan pendampingan dalam penguatan *branding* serta pengembangan media promosi yang lebih profesional guna meningkatkan daya saing dan memperluas jangkauan pasar. Langkah awal yang dilakukan yang dilakukan oleh Tim Pengabdian Masyarakat adalah melakukan survei ke pihak mitra, untuk bertemu dengan pengurus Dapoer Nenda *Catering*.



Tim pengabdian masyarakat diminta oleh pihak Dapoer Nenda untuk membuat desain logo dan brosur usaha *catering* mereka. Media visual tersebut digunakan sebagai media *branding* perusahaan untuk menunjang aktivitas perusahaan terhadap produk yang mereka tawarkan kepada kliennya dan label perusahaan. Pertemuan tersebut menghasilkan, Tim Pengabdian Masyarakat akan membuat rancangan desain logo dan brosur dengan isi ilustrasi pemilik usaha, foto produk, dan informasi detail alamat serta nara hubung untuk mengkoordinir pesanan dari *customer*. Hasil rancangan tersebut nantinya akan dipresentasikan kepada pihak mitra dan Tim Pengabdian Masyarakat memperoleh revisi dari pihak mitra. Hasil akhir berupa final desain logo dan brosur penjualan. Untuk logo dan brosur akan dicetak sesuai dengan kebutuhan mitra.

Kesadaran akan pentingnya identitas visual perusahaan hingga pada akhirnya membuat pihak mitra dalam hal ini Dapoer Nenda berpikir untuk merancang ulang beberapa tanda pengenal perusahaan dan media promosi yang sebelumnya dirancang dengan aplikasi sederhana, sehingga belum cukup memadai untuk menjadi aset perusahaan. Maka, tim pelaksana pengabdian masyarakat memberikan beberapa solusi desain yang berkaitan dengan tanda pengenal dan media promosi yang dapat digunakan oleh pihak mitra. Tim pelaksana pengabdian masyarakat melihat identitas visual sebagai hal mendasar yang sangat penting dalam membangun kredibilitas dan daya tarik usaha, terutama dalam industri kuliner yang semakin kompetitif ini. Identitas visual tidak hanya penting sebagai tanda pengenal, namun juga media komunikasi yang dapat memperkuat citra merek dan meningkatkan kepercayaan pelanggan. Eksistensi logo dan brosur yang dirancang secara strategis akan membantu Dapoer Nenda dalam menampilkan identitas yang konsisten dan menarik di mata calon pelanggan.

Oleh karena itu, dalam pelaksanaan pengabdian kepada masyarakat ini, tim pelaksana merancang berbagai elemen *branding* dan media pemasaran yang dapat digunakan Dapoer Nenda untuk meningkatkan mutu dan daya saingnya. Dengan adanya materi promosi yang lebih profesional, diharapkan mitra mampu menjangkau pasar yang lebih luas, meningkatkan penjualan, serta memperkuat *value*-nya sebagai usaha kuliner yang terpercaya.

METODE

Kegiatan pengabdian masyarakat ini dilakukan untuk memenuhi kebutuhan mitra akan identitas visual berupa logo dan brosur. Desain logo dan brosur ini dirancang untuk kebutuhan bazaar yang akan dilakukan oleh mitra dalam waktu dekat. Kelengkapan yang ada pada logo adalah nama *brand* dan ilustrasi *owner*. Kemudian, brosur dilengkapi dengan logo, daftar harga produk, alamat, nomor telepon dan media sosial perusahaan pihak mitra. Perancangan desain ini dimulai dengan menentukan konsep perancangan desain, mencari informasi yang dibutuhkan, pemilihan ukuran media, dan pemilihan tata letak hingga pewarnaan pada desain.

Sumber daya yang kompeten serta handal dalam bidangnya menjadi perhatian utama. Ini dilakukan untuk mendapatkan hasil yang maksimal dalam pelaksanaan pengabdian masyarakat kali ini. Kualifikasi yang dilakukan adalah memiliki tim dengan background keilmuan yang dibutuhkan, antara lain Herliyana Rosalinda (bidang humaniora) sebagai ketua tim pengabdian masyarakat, Nurulfatmi Amzy (bidang humaniora) dan Edo Galasro Limbong (bidang komunikasi) sebagai anggota, dan Sepyani Uthami (mahasiswa bidang Desain Komunikasi Visual) sebagai asisten lapangan. Masing-masing anggota tim pengabdian masyarakat memiliki latar belakang



pendidikan yang berbeda, namun harus saling bersinergi dalam bekerja sama, tanpa perlu mengandalkan salah satu untuk bekerja sendiri sesuai kemampuan anggota tim. Anggota tim mendapatkan porsi masing-masing dalam menyelesaikan pembagian kerja yang sudah diberikan. Tidak hanya ketua, anggota tim juga memiliki peranan dan tugas masing-masing yang harus dikerjakan. Pada pengabdian ini yang mewakili tim untuk berhubungan dengan mitra adalah Herliyana Rosalinda. Herliyana Rosalinda sebagai penghubung antara mitra dan tim bertugas sebagai mediator yang berdiskusi dengan mitra, mengenai apa yang dibutuhkan, konsep perancangan logo dan brosur yang diinginkan dan *timeline* dari kegiatan ini. Ketua tim beserta semua anggota tim bekerja sama membuat konsep sesuai permintaan mitra, materi yang dibutuhkan, dari informasi, desain, warna, jenis huruf serta layout sampai tahap perancangan hingga hasil perancangan ini.

Kegiatan ini terbagi menjadi tiga tahapan. Tahapan pertama, ketua tim menindaklanjuti surat permohonan yang dikirim kepada pihak mitra. Pada tahap ini, ketua tim berkomunikasi dengan owner Dapoer Nenda untuk ketersediaan logo dan brosur. Pada tahap kedua, setelah mitra memberitahu apa yang dibutuhkan kepada tim pengabdian kepada masyarakat, tim mengumpulkan materi dan informasi. Ini dilakukan oleh Nurulfatmi Amzy dan Edo Galasro Limbong. Proses pengumpulan materi dimulai dengan menentukan target audiens desain, pemilihan tata letak yang sesuai untuk logo dan brosur, tipografi dan warna yang telah disesuaikan dengan identitas pihak mitra, yaitu dominan merah. Setelah semua materi pembahasan yang akan dituangkan ke dalam perancangan desain sudah terkumpul, masuk ke tahap ketiga, yaitu perancangan.

Saat tahapan perancangan, tim dibantu dengan mahasiswa, dimulai mempersiapkan ketersediaan alat dan *software*, pertimbangan desain dan warna. Membuat desain pendukung sebagai pilihan yang disesuaikan dengan identitas perusahaan. Proses pengumpulan materi dimulai pada bulan Oktober 2024, tahap perancangan serta aktivitas yang mengharuskan adanya diskusi dengan mitra dilakukan pada bulan yang sama. Perancangan ini dimulai dengan mencari informasi terkait data dan identitas perusahaan. Untuk hasil desain dan *layout*, mitra sepenuhnya mempercayakan kepada tim pengabdian masyarakat, yang menjadi poin penting, mitra menginginkan desain logo dan brosur dapat diaplikasikan sebagai kelengkapan perusahaan mereka terkait promosi produk.

Setelah kegiatan pengabdian masyarakat selesai, masuk tahap evaluasi. Tahap evaluasi ini tim pelaksana kegiatan pengabdian masyarakat akan membahas apa saja yang menjadi kendala, hambatan yang ditemui selama proses pengabdian masyarakat. Namun, tidak dipungkiri tim pengabdian masyarakat memulai tahap evaluasi, mulai dari tahap pencarian materi sampai tahap perancangan. Tim pelaksana akan mengadakan rapat internal untuk mengevaluasi apa saja yang harus diperbaiki, ditambah, dan dikurangi pada kegiatan pengabdian masyarakat, sehingga kegiatan pengabdian masyarakat berikutnya dapat dilakukan dengan lebih baik. Selain itu, tim pengabdian kepada masyarakat merencanakan pembuatan laporan akhir kegiatan yang sudah dilakukan pada semester semester genap 2024-2025.

Dapoer Nenda sebagai mitra pada pengabdian masyarakat kali ini sangat mendukung kegiatan ini. Pihak mitra berpartisipasi dalam memenuhi segala informasi yang diperlukan untuk perancangan desain logo dan brosur. Baik tim dan pihak mitra selalu melakukan koordinasi pada setiap proses pengabdian masyarakat yang dilaksanakan, mulai dari pengumpulan materi, informasi apa yang ingin disampaikan



pada logo dan brosur, hingga tahap perancangan perancangan. Sebelum karya dirancang tim bertanya tentang bagaimana desain yang diinginkan, kesesuaian dengan identitas perusahaan, informasi apa saja yang akan dimunculkan pada desain logo dan brosur. Sebelum memenuhi syarat *final draft*, tim membutuhkan validasi dari mitra, apakah ada yang perlu ditambahkan atau dikoreksi dalam *prototype* yang sudah dibuat. Sebisamungkin, mitra selalu memberikan masukan atau saran, apabila masih ada desain yang mungkin belum sesuai dengan tema yang dipilih. *Catering* Dapoer Nenda juga memberikan *file* dalam bentuk *softcopy* logo sebelumnya dan tulisan nama perusahaan. Sehingga, tim pengabdian masyarakat dapat menyesuaikan dengan data yang sudah ada.

HASIL

Pada kegiatan pengabdian kepada Masyarakat ini menghasilkan logo dan brosur bagi Dapoer Nenda selaku mitra kami. Pengenyerahan *final artwork* logo dan brosur ini dilaksanakan pada bulan Desember 2024 di tempat mitra yakni di Jalan Calung II Sukmajaya Depok Jawa Barat. *Final artwork* tersebut nantinya akan dicetak untuk diaplikasikan pada setiap *packaging* dan *event-event* bazar yang diikuti oleh pihak mitra. Hasil perancangan logo dan Brosur tersebut yakni sebagai berikut.



Gambar 1 Final Art Desain Logo Dapoer Nenda



Gambar 2 Final Art Desain Brosur Dapoer Nenda

PEMBAHASAN

Tim pengabdian kepada masyarakat merancang desain logo dan brosur bagi mitra yakni Dapoer Nenda. Logo tersebut dipakai untuk melengkapi label pada berbagai kepentingan *catering* di Dapoer Nenda. Logo tersebut memperbarui logo lama yang



masih kurang sesuai. logo, atau berbagai simbol lainnya merupakan wujud dari sebuah *brand*. Dengan *Brand*, perusahaan dapat mengkomunikasikan tujuannya kepada klien atau konsumen. Sebuah perusahaan menciptakan sebuah *brand* untuk membuat sebuah identitas tentang perusahaannya sehingga mudah dikenali baik oleh klien maupun konsumen.

Brand merupakan ekuitas perusahaan yang menambah *value* (nilai) bagi produk dan jasa yang ditawarkan. Merek merupakan aset yang menciptakan *value* bagi pelanggan dengan memperkuat kepuasan dan pengakuan atas kualitas (Hermawan, 2004). Perancangan desain logo dan brosur ini menjadi langkah *rebranding* bagi pihak mitra dalam memanajukan dan mengembangkan kualitas dan kuantitas perusahaannya. *Rebranding* berasal dari kata *re* dan *branding*. *Re* berarti kembali, sedangkan *branding* adalah proses penciptaan *brand image* yang menghubungkan antara produsen dan klien serta konsumen. *Rebranding* adalah proses penciptaan kembali *brand image* yang antara produsen dan klien serta konsumen yang dilakukan oleh perusahaan. *Rebranding* secara definisi berarti perubahan identitas yang harus dilihat sebagai sebuah keputusan strategis dengan rencana yang matang (Daly & Moloney, 2004). Perancangan yang dibuat adalah logo dan brosur Daoper Nenda. Pertama konsep perancangan logo dijelaskan sebagai berikut.

Perancangan Logo

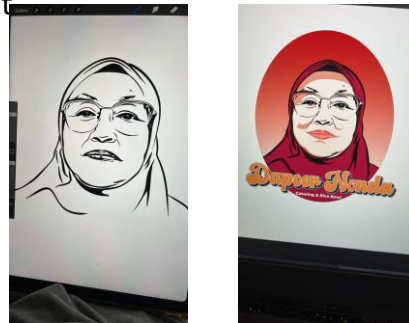
Menurut Adams, Morioka, & Stone (2004) logo adalah simbol khas dari sebuah perusahaan, jasa, objek, ide, publikasi, orang, atau layanan. Logo menurut Wheeler (2009) mengatakan bahwa logo harus meninterpretasikan visi dan misi perusahaan, segmentasi yang dituju sesuai target pada Masyarakat. Setiap merek mencerminkan karakter dari merek tersebut. Logo yang merupakan bagian dari *rebranding*, bisa dibuat menarik dan sederhana. Memudahkan manusia untuk lebih mengenali dan mencirikan logo tersebut. Sejalan dengan itu, menurut Ibnu (2021) logo adalah bentuk identitas atas suatu entitas kepada masyarakat umum. Untuk itu, suatu logo harus menggambarkan karakteristik suatu organisasi atau produk yang diwakilinya. Jadi, nantinya masyarakat akan mengingat dan mengenal suatu logo yang mewakili entitas tersebut. Logo berfungsi untuk *branding*, memberikan informasi, memberikan motivasi, mengutarakan emosi, dan untuk promosi. Kriteria logo yang efektif adalah yang mempunyai bentuk sederhana, unik, dan mudah diingat.

Bagian dari logo yakni meliputi *logotype* dan *logogram*. Menurut Ibnu (2021) *logotype* merupakan elemen logo yang mengandung nama *merk* dalam bentuk teks (bisa dibaca secara fisik). Sedangkan logogram adalah logo yang menggunakan elemen simbol atau unsur rupa (gambar) saja. Pada perancangan logo di abdimas ini, logo yang dirancang meliputi *logotype* dan dimasukkan symbol gambar di dalamnya. Penggunaan *logotype* cocok untuk sebuah *branding* yang baru muncul dan sedang berkembang, tujuannya adalah untuk memperkenalkan nama merek itu sendiri agar tersimpan kepada siapa yang membacanya. Tipografi merupakan hal penting dalam pembuatan sebuah karya desain grafis. Beda jenis *font*, beda pula gaya serta fungsi penggunaannya.

Pada perancangan logo untuk Dapoer Nenda termasuk ke klasifikasi *pictorial letter logos*, yakni jenis logo menampilkan dua unsur yang saling mendukung, elemen tipografi dan grafis yang dikombinasikan sesuai konsep dan karakter produk (Murphy & Rowe, 1998). Logo yang dirancang adalah logo yang menggabungkan tipografi Dapoer Nenda

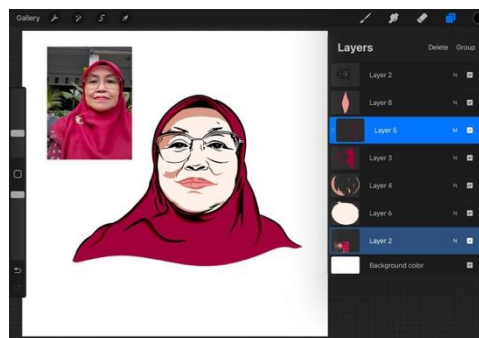


dengan grafis berupa gambar Nenda yakni pemilik *catering* tersebut. Perancangan logo untuk mitra, yakni Dapoer Nenda ini menggunakan bantuan aplikasi Procreate dan Photoshop dengan media berupa kertas ukuran A4. Berikut ini ditampilkan gambar awal dari proses perancangan tersebut



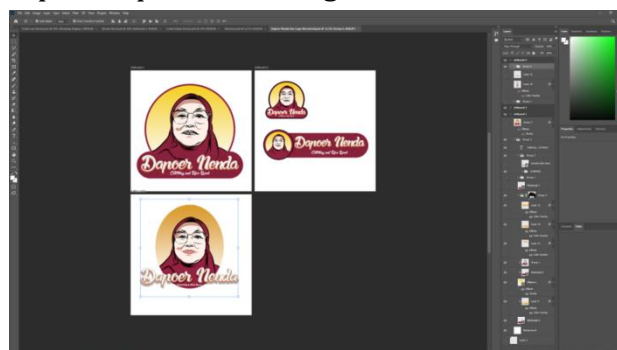
Gambar 3 Tampilan Proses Desain Wajah Pemilik Dapoer Nenda

Pada proses desain wajah pemilik Dapoer Nenda, dilakukan menggunakan aplikasi Procreate. Gambar wajah pemilik Dapoer Nenda di sketsa berdasarkan foto sebagai referensi yang diberikan oleh pihak mitra. Hasil akhir dari rancangan desain wajah tersebut dan perbandingannya dengan foto referensi terlihat pada gambar di bawah ini.



Gambar 4 Tampilan Proses Perancangan Logo pada Procreate

Pada proses perancangan tersebut, dipilih logo yang sesuai dengan konsep yang diinginkan mitra. Desain yang dipilih yakni perpaduan antara gambar wajah pemilik Dapoer Nenda dengan perpaduan tulisan merek usaha. Pengerjaan desain menggunakan aplikasi Procreate. Desain dibuat per *layer* dari *sketch*, *lineart*, *coloring* hingga *shadding* dan *shadow*. Setelah proses tersebut, desain gambar di *convert* ke aplikasi Photoshop dengan *convert* per *layer*, tujuannya yaitu agar rancangan dapat di-*edit* kembali ke aplikasi Photoshop. Pada proses *finishing* rancangan logo dilakukan pada aplikasi Photoshop untuk memunculkan *typograph* logo dan *adjustment* proses pewarnaan logo.



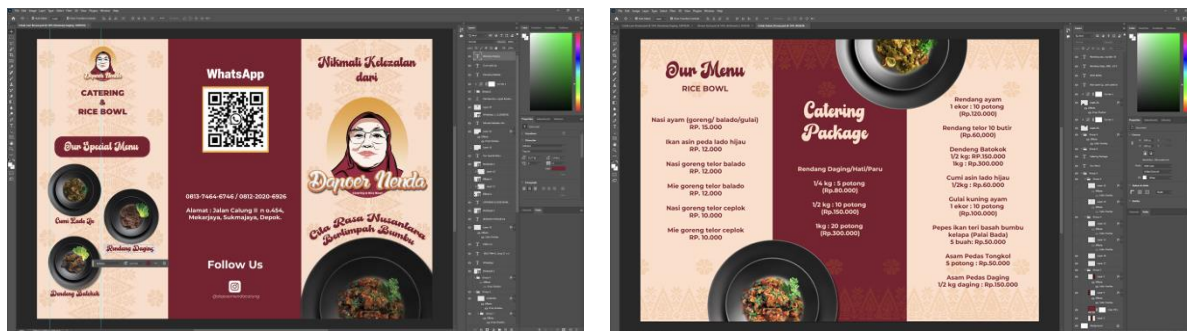
Gambar 5 Tampilan Proses Perancangan Logo pada Photoshop

Perancangan Brosur

Brosur adalah Jenis logo ini pertama kali digunakan oleh perusahaan Jepang. Sifatnya yang abstrak, logo jenis ini dapat menimbulkan berbagai intepretasi makna. Sehingga perlu perhitungan dan penjabaran konsep yang matang agar arti/makna logo tersebut dapat dipertanggungjawabkan secara rasional.

Ada beberapa aspek dari brosur yang dapat dimodifikasi untuk membuat alat pemasaran yang lebih efektif seperti pelapis untuk efek kilau hingga peningkatan ukuran untuk gambar yang lebih besar. Namun, ada satu lagi fiturnya yang bisa disesuaikan setelah brosur cetak dan sebelum persiapan untuk pengiriman. Bila brosur terdiri dari satu halaman umumnya dicetak pada kedua sisi dan dilipat dengan pola lipatan tertentu hingga membentuk sejumlah panel yang terpisah, lipatan berkontribusi pada daya tarik brosur. Itu membuat ekstra berguna, dan bahkan dapat menambahkan sebagai efek yang melengkapi desain dan tata letak brosur.

Dalam pembuatan brosur ini tim abdimas menggunakan jenis lipatan *tri-lipat* karena jenis ini sering digunakan dalam pembuatan brosur pada umumnya dan juga mudah untuk dimengerti oleh para pembacanya. Pengerjaan pada perancangan brosur dibuat menggunakan aplikasi Photoshop. Penggunaan Photoshop dengan brosur jenis *trifold* sebagai canvas utama. Pihak mitra memberikan file foto-foto menu makanan yang akan ditampilkan pada desain brosur. Foto yang sudah ada dimanipulasi dengan piring hitam agar selaras warna dan *elegant*. Selanjutnya, desain brosur di-*adjustment* kembali agar menghasilkan warna yang lebih tajam dan menggugah selera.



Gambar 6 Proses Perancangan Brosur

Gambar 6 menunjukkan sisi depan dan sisi belakang brosur. Keterangan gambar menu dan *list* daftar harga menu didapatkan dari pihak mitra dengan penempatan pada bagian belakang brosur. Guna memudahkan pelanggan untuk memesan dan menghubungi pihak mitra, maka dibubuhi nomor whatsapp dan *barcode*-nya. Selain itu ditampilkan pula keterangan media social Dapoer Nenda yakni Instagram, yang berguna sebagai media promosi dan pengenalan menu-menu yang tersedia di setiap harinya.

Adapun dari proses perancangan desain logo dan brosur pada Dapoer Nenda, berikut ini penjelasan mengenai komponen desain yang diterapkan pada perancangannya, yakni dari *typography* dan pewarnaannya.

1. *Typography*

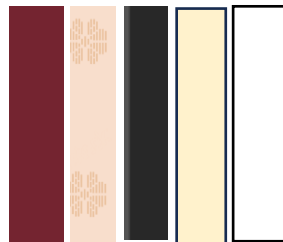
Typography pada perancangan ini menggunakan jenis *font* Myriad Pro dan Calibri. Jenis *font* ini dipilih karena mudah untuk dibaca dan sangat fleksibel untuk berbagai media.



Gambar 7 Jenis *Font*

2. Pewarnaan

Pewarnaan meliputi warna-warna apasaja yang tampil pada desain logo dan brosur. Pada kedua rancangan ini memiliki pewarnaan yang selaras, tujuannya agar kesatuan desain antara logo dan brosur dapat selarah. Hal ini berguna sebagai salah satu strategi *branding* yang diupayakan agar Dapoer Nenda memiliki ciri khas yang konsisten. Pewarnaan yang dibuat, yakni unsur-unsur warna merah, warna *peach*, kuning muda, hitam, dan putih. Warna-warna tersebut dipilih karena dalam desain produk kuliner, warna-warna tersebut dapat mendatangkan selera dan ketertarikan pembeli untuk menikmati hidangan. Berikut ini tampilan pewarnaan primer yang digunakan dalam proses merancang desain logo dan brosur.



Gambar 8 *Primary Colours*

Dari selesainya proses perancangan desain tersebut, tim pengabdian kepada masyarakat dengan pihak mitra mengadakan diskusi dalam bentuk daring melalui *zoom meeting* pada tanggal 5 Desember 2024 guna membahas dan meinformasikan hasil rancangan kepada mitra.

SIMPULAN

Berdasarkan pada kegiatan pengabdian kepada masyarakat yang telah dilaksanakan maka dapat disimpulkan bahwa Dapoer Nenda merupakan perusahaan perintis yang bergerak dibidang kuliner yang berdiri sejak tahun 2024. Dapoer Nenda sebagai perintis yang baru berdiri sekitar tiga tahun memerlukan sarana dan prasarana pendukung perusahaan demi meningkatkan performa dan kredibilitas perusahaan. Salah satu yang dibutuhkan yakni adanya tampilan logo yang baru dan brosur guna menunjang kebutuhan mereka yang terkait dengan pemasaran dan packaging. Tim Pengabdian kepada masyarakat Universitas Indraprasta PGRI membuat perancangan logo dan brosur yang dibutuhkan oleh pihak mitra. Desain perancangan tersebut dibuat oleh menggunakan aplikasi Procreate dan Photoshop.



Proses perancangan menghasilkan dua jenis desain yakni, desain logo dan brosur. Hasil tersebut dipresentasikan secara daring kepada pihak mitra, dan pihak mitra memberikan tanggapan dan terdapat beberapa revisi yang perlu kami kerjakan terkait kelengkapan dan desain logo dan brosur yang telah dikerjakan. Pada hasil perancangan baik pada logo dan brosur coklat tim pelaksana pengabdian kepada masyarakat harus mencantumkan informasi-informasi terkait mitra seperti nama usaha *catering*, daftar menu beserta harga dan foto menu serta penggunaan warna yang menggambarkan identitas dari Dapoer Nenda.

UCAPAN TERIMA KASIH

Terima kasih LPPM Unindra selaku Lembaga yang menaungi kegiatan abdimas ini, mitra abdimas yaitu Dapoer Nenda *Catering*, Septyani Uthami selaku mahasiswa yang membantu proses perancangan desain logo dan brosur, serta seluruh tim pelaksana. Kegiatan ini didanai secara mandiri.

REFERENSI

- Adams, S., Morioka, N., & Stone, T. (2004). *Logo Design Workbook: A Hands-On Guide To Creating Logos*. USA: Rockport Publishers, Inc.
- Afandi, A. (2022). *Metodologi Pengabdian Masyarakat*. Direktorat Pendidikan Tinggi Keagamaan Islam Direktorat Jenderal Pendidikan Islam Kementerian Agama RI.
- Cuhandi, Putra, A., Saputra, E. A., Rumardani, A., Arsyah, M., Adhetia, P. A., ... Nuryadi, D. P. (2025). Pengaruh Desain Komunikasi Visual Dalam Meningkatkan Keberhasilan Pemasaran Produk Di Era Digital. *Humanus*, 2(2), 197–209. Retrieved from <https://jurnal.yp2n.org/index.php/humanus/article/view/195/149>
- Daly, A., & Moloney, D. (2004). Managing Corporate Rebranding. *Managing Corporate Rebranding*, 17.
- Hermawan, K. (2004). *Memenangkan Persaingan dengan Segitiga Positioning - Diferensiasi - Brand*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Ibnu, Y. (2021). Inilah Pengertian dan Perbedaan Logotype dengan Logomark! Retrieved June 27, 2025, from <https://www.portaldekave.com/artikel/inilah-pengertian-dan-perbedaan-logotype-dengan-logomark>
- Murphy, J. ., & Rowe, M. (1998). *How to Design Trademarks and Logo*. Ohio: North Light Book.
- Wheeler, A. (2009). *Designing Brand Identity* (Third). Yogyakarta: ANDI.

