

# Pemanfaatan Desain Poster Sebagai Sarana Publikasi Branding Kedai Es Koffie Cap Lyon

Faruk Alfian<sup>1</sup>, Aditya Rizky Novandi<sup>2</sup>

<sup>1,2</sup>Teknik Informatika, Sekolah Tinggi Ilmu Komputer PGRI Banyuwangi

E-mail: <sup>1</sup>farukalfian@gmail.com, <sup>2</sup>adityanovan88@gmail.com

## Abstrak

Kedai Es Koffie Cap Lyon adalah salah satu usaha kuliner yang berada di kawasan Pecinan Kabupaten Banyuwangi. Kedai yang disetting sebagai tempat berkumpulnya anak muda ini memiliki nuansa *Chinnesse Town* yang *instagrammable*. Namun demikian, kedai ini masih harus melakukan penguatan branding dan melakukan publikasi secara *all out* agar dapat lebih dikenal oleh masyarakat secara luas, khususnya generasi milenial. Hal ini dikarenakan saat ini telah banyak bermunculan usaha-usaha sejenis yang menjadi kompetitornya. Untuk mengatasi permasalahan tersebut, maka perlu adanya inovasi kreatif yang dapat membantu dan memaksimalkan publikasi yang dilakukan oleh pihak kedai. Dengan memanfaatkan desain poster yang menarik pada interior ruang dan seluruh aktifitas yang dilakukan, publikasi yang dilakukan akan dapat lebih maksimal. Hasil dari kegiatan pengabdian masyarakat ini adalah dibuatnya poster branding kedai yang lebih artistik pada semua kemasan produk, layanan kedai, promo, discount, hingga untuk kepentingan interior ruang dan posting di media sosial. Sedangkan tujuan yang ingin dicapai adalah membantu pihak mitra menghasilkan desain poster yang berkualitas dan layak untuk dipublikasikan di berbagai media yang ada, sehingga branding Kedai Es Koffie Cap Lyon akan tetap dikenal oleh masyarakat secara luas dan dapat bersaing dengan para kompetitornya.

Kata kunci: desain, poster, publikasi, branding, kedai

## Abstract

*Cap Lyon Koffie Ice Shop is one of the culinary businesses in Chinatown, Banyuwangi Regency. The shop, which is set as a hangout place for young people, has an instagrammable Chinese Town feel. However, this shop still has to strengthen branding and do publications all out so that it can be better known by the wider community, especially the millennial generation. This is because currently there have been many similar businesses that are competitors. To overcome these problems, it is necessary to have creative innovations that can help and maximize the publications carried out by the shop. By utilizing an attractive poster design in the interior of the room and all activities carried out, the publication carried out will be maximized. The result of this community service activity is the creation of more artistic store branding posters on all product packaging, shop services, promos, discounts, to the benefit of the interior of the space and posts on social media. While the goal to be achieved is to help partners produce quality poster designs that are worthy of publication in various existing media, so that the branding of Kedai Es Koffie Cap Lyon will remain known by the public at large and can compete with its competitors.*

*Keywords: design, poster, publication, branding, tavern*

## 1. PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi dan ilmu pengetahuan sudah bukan merupakan hal baru dalam kehidupan manusia. Terlebih lagi pada era komputer dan digital saat ini. Sebagian besar mobilitas dan aktifitas manusia diseluruh dunia, mulai dari kegiatan yang berskala mikro sampai dengan yang berskala makro, semuanya memanfaatkan teknologi komputer dan teknologi digital. Dengan teknologi semuanya dapat dikerjakan dengan lebih mudah dan cepat serta hasilnya menjadi lebih maksimal.

Sebagai salah satu perguruan tinggi yang berkonsentrasi pada bidang teknologi komputer dan teknologi digital, Sekolah Tinggi Ilmu Komputer (STIKOM) PGRI Banyuwangi hingga saat ini terus aktif mengajak dan mendampingi masyarakat disekitarnya untuk dapat memanfaatkan teknologi guna membantu menyelesaikan pekerjaannya sehari-hari. Melalui kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini, seluruh civitas akademika Sekolah Tinggi Ilmu Komputer (STIKOM) PGRI Banyuwangi berupaya secara aktif menjalin kemitraan dan kerjasama dengan masyarakat disekitarnya untuk membangun dan mengembangkan potensi yang ada di daerahnya.

Mitra kerja dari kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini adalah Kedai Es Koffie Cap Lyon yang beralamat di Jalan Piere Tendean 23 Kabupaten Banyuwangi. Kedai ini berada di Kawasan Pecinan di sekitar Stasiun Lama Banyuwangi. Tempatnya yang *instagramable* sangat nyaman untuk dijadikan tempat berkumpul serta melepas penat dan dahaga. Walaupun masih terbilang baru, branding dari kedai ini sudah cukup dikenal di tengah masyarakat. Hal ini dikarenakan tema dan konsep yang diusung oleh kedai ini memiliki ciri khas tersendiri yang tidak dimiliki oleh tempat lainnya, yaitu konsep *Chinese Town*. Sehingga dari kemasan produk sampai dengan dekorasi ruangnya sangat mudah dikenali.

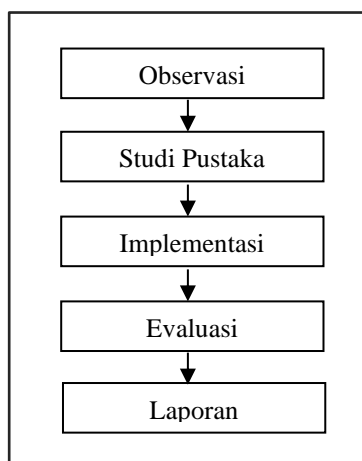
Pengabdian kepada masyarakat merupakan suatu kegiatan yang dilakukan dalam rangka untuk membantu memberikan solusi dari berbagai permasalahan yang dihadapi oleh masyarakat yang menjadi mitra kerjanya. Dalam pengabdian kepada masyarakat kali ini yang dijadikan sebagai mitra kerja adalah Kedai Es Koffie Cap Lyon yang merupakan salah satu usaha kuliner yang ada di Kabupaten Banyuwangi. Kedai yang baru dibuka pada tahun 2022 ini masih tetap eksis hingga saat ini.

Namun demikian saat ini ada satu hal yang harus diantisipasi oleh pengelola kedai, yaitu munculnya kompetitor baru yang bermunculan di sekitarnya. Hal ini tentunya harus diwaspadai agar keberadaan kompetitor-kompetitor baru tersebut tidak sampai menghilangkan branding Kedai Es Koffie Cap Lyon dari masyarakat. Solusi yang paling tepat untuk mempertahankan branding kedai ini di tengah masyarakat adalah dengan sering melakukan publikasi tentang segala hal yang ada kaitannya dengan kegiatan Kedai Es Koffie Cap Lyon, mulai dari publikasi promo produk, discount harga, layanan untuk customer, atau konsep serta tema yang diusung kedai, dimana seluruh publikasi tersebut akan di publish di berbagai media yang dimiliki kedai, baik secara *offline* maupun *online*. Untuk mendapatkan hasil yang maksimal, tentunya kegiatan publikasi tersebut tidak boleh dilakukan secara asal-asalan, namun harus dirancang dan di desain dengan baik. Oleh karena itu, dalam kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini, pihak mitra akan diberikan pendampingan agar dapat membuat desain poster yang baik untuk mempublikasikan branding dan seluruh komponen yang ada pada mitra sehingga hasilnya layak untuk dipublikasikan di tengah masyarakat.

Hasil dari kegiatan pengabdian masyarakat ini adalah dibuatnya poster branding kedai yang lebih artistik pada semua kemasan produk, layanan kedai, promo, discount, hingga untuk kepentingan interior ruang dan posting di media sosial. Adapun tujuan dari dilaksanakannya kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini adalah untuk membantu pihak mitra menghasilkan desain poster yang berkualitas dan layak untuk dipublikasikan di berbagai media yang ada, sehingga branding Kedai Es Koffie Cap Lyon akan tetap dikenal oleh masyarakat secara luas dan dapat bersaing dengan para kompetitornya.

## 2. METODE

Metode pelaksanaan atau langkah kerja yang digunakan dalam kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini dimulai dengan observasi, studi pustaka, implementasi, evaluasi dan diakhiri dengan pembuatan laporan, sebagaimana ditunjukkan gambar 1 sebagai berikut :



Gambar 1. Metode Pelaksanaan

### 2.1. Observasi

Pada tahap observasi ini, aktifitas yang dilakukan adalah melakukan survey serta melihat secara langsung lokasi dan kondisi dari tempat yang akan dijadikan obyek pengabdian masyarakat [1]. Observasi dilakukan di Kedai Es Koffie Cap Lyon yang beralamat di Jalan Piere Tendean 23 Kelurahan Tukangkayu - Banyuwangi. Tahap observasi ini dilakukan untuk mengetahui performa dari desain poster yang digunakan mitra untuk tampilan branding maupun kemasan produk, layanan kedai, promo, discount, hingga tampilan desain poster untuk kepentingan interior ruang dan posting di media sosial. Selain itu juga dilakukan komunikasi dengan pengelola tentang kemampuan sumber daya manusia yang dimiliki pihak Kedai Es Koffie Cap Lyon, khususnya dibidang desain grafis.



Gambar 2. Lokasi Mitra

### 2.2. Studi Pustaka

Pada tahap studi pustaka ini yang dilakukan adalah mempelajari referensi dan literatur serta kajian ilmiah yang akan digunakan sebagai dasar atau rujukan untuk membantu menyelesaikan masalah [2]. Dalam tahap ini pula dilakukan kajian terhadap beberapa kegiatan pengabdian masyarakat sebelumnya yang telah mengangkat tema penguatan branding untuk membantu publikasi produk mitranya. Hal ini dimaksudkan untuk memberikan gambaran awal dari efektifitas dan tingkat keberhasilan dari kegiatan pengabdian pada masyarakat yang akan

dilaksanakan. Terdapat beberapa tema kegiatan pengabdian sebelumnya yang relevan. Diantaranya adalah pengabdian yang telah dilakukan oleh Elkaf Rahmawan, dkk yang telah memberikan pembekalan branding industri untuk media promosi produk UMKM di Kelurahan Tanjung Mas Semarang [3]. Murnawan, dkk melakukan pelatihan branding identitas untuk UMKM di Kota Bandung agar memiliki daya saing di era digital [4]. Intan, dkk melakukan pengembangan UMKM dengan melakukan optimasi branding dan media digital di daerah Sindangbarang Cilacap [5]. Rahardjo, dkk melakukan perancangan branding wisata di daerah Rajekwetan Yogyakarta [6]. Komang, dkk juga menerapkan promosi dengan menggunakan desain poster sebagai media untuk membangun citra produk di tengah masyarakat [7].

Studi pustaka ini memiliki peran yang sangat penting untuk menentukan konsep keilmuan, teknologi dan *tools* yang tepat untuk membantu menyelesaikan permasalahan mitra. Pemanfaatan desain poster sebagai sarana publikasi branding pada kegiatan pengabdian masyarakat ini menggunakan dua buah *software* yaitu *Corel Draw* dan *Photoshop*.

### *2.3. Implementasi*

Pada tahap implementasi ini seluruh konsep pengabdian masyarakat yang telah ditetapkan dalam tahap sebelumnya direalisasikan dengan menggunakan *tools* yang telah ditentukan [8]. Pada tahap ini juga dilakukan pendampingan pada mitra dalam pembuatan desain poster untuk sarana publikasi branding, kemasan produk, promo, discount, dan layanan untuk customer. Hasil dari desain poster kemudian dipublikasikan kepada masyarakat luas dengan menggunakan berbagai media yang dimiliki mitra, baik secara *offline* maupun *online*.



Gambar 3. Pendampingan Mitra

### *2.4. Evaluasi*

Pada tahap evaluasi ini yang dilakukan adalah melakukan pengamatan dan analisa hasil dari desain poster penguatan branding yang telah dilakukan, apakah telah sesuai dengan tujuan yang ingin dicapai dalam kegiatan pengabdian pada masyarakat atau tidak [9]. Jika hasil yang didapatkan masih belum sesuai dengan yang diharapkan, maka akan dilakukan komunikasi dengan pihak mitra untuk mengambil langkah-langkah strategis agar tujuan dari kegiatan pengabdian masyarakat ini dapat tercapai.

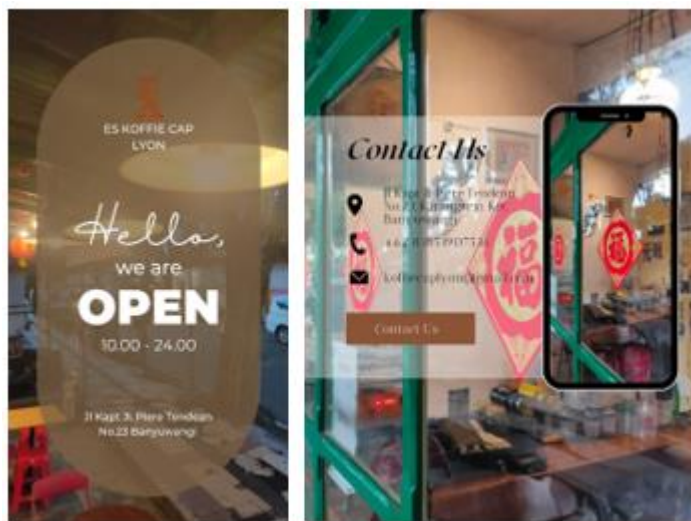
### *2.5. Laporan*

Tahap akhir dari kegiatan ini adalah mendokumentasikan seluruh kegiatan yang telah dilakukan bersama mitra dalam bentuk laporan kegiatan pengabdian pada masyarakat [10]. Laporan ini selanjutnya akan dijadikan sebagai bahan kajian dan referensi bagi semua pihak yang ingin melakukan pengembangan kegiatan pengabdian masyarakat dengan tema serupa.

### 3. HASIL DAN PEMBAHASAN

#### 3.1. Hasil Kegiatan

Dalam kegiatan pengabdian kepada masyarakat di Kedai Es Koffie Cap Lyon ini telah dihasilkan berbagai macam desain poster yang dapat digunakan oleh pihak mitra sebagai sarana untuk melakukan publikasi branding kepada masyarakat secara luas. Diantaranya adalah poster yang berisi tentang informasi jam operasional kedai, lokasi kedai, dan *contact person* yang dapat dihubungi, sebagaimana ditunjukkan gambar 4 berikut :



Gambar 4. Poster Operasional Kedai

Agar masyarakat dapat mengetahui menu apa saja yang tersedia di Kedai Es Koffie Cap Lyon juga telah dibuatkan desain poster yang berisi tentang informasi pilihan menu serta harga tiap menunya, sebagaimana ditunjukkan dalam gambar 5 berikut :



Gambar 5. Poster Daftar Menu & Produk

Dalam memberikan layanan terbaik pada *customernya*, Kedai Es Koffie Cap Lyon juga

menyediakan layanan antar pesanan untuk para *customer* yang berdomisili di wilayah Kota Banyuwangi. Untuk kepentingan publikasi layanan antar pesanan ini, juga telah dibuatkan desain poster, sebagaimana ditunjukkan dalam gambar 6 berikut :



Gambar 6. Poster Layanan Antar Pesanan

Selain pembuatan poster untuk kepentingan publikasi, dalam kegiatan pengabdian masyarakat ini juga telah dibuatkan poster-poster untuk kepentingan dekorasi ruang sebagaimana ditunjukkan gambar 7, sehingga saat *customer* masuk ke dalam ruangan kedai, mereka akan langsung dapat melihat gambaran umum dari Kedai Es Koffie Cap Lyon.



Gambar 7. Poster Dekoratif

Untuk kepentingan publikasi promo discount yang diberikan oleh pihak Kedai Es Koffie Cap Lyon, dalam kegiatan pengabdian masyarakat ini juga telah dibuatkan desain poster dengan model *vintage* sebagaimana yang ditunjukkan gambar berikut :



Gambar 8. Promo discount

Untuk memberikan ciri khusus pada branding mitra, maka dalam kegiatan pengabdian masyarakat ini juga telah dibuat logo branding Kedai Es Koffie Cap Lyon sesuai dengan filosofi dan karakteristik mitra, sebagaimana yang ditunjukkan gambar 9 berikut :



Gambar 9. Logo branding

### 3.2. Evaluasi Hasil

Untuk melakukan evaluasi dari kegiatan pengabdian pada masyarakat ini telah dilakukan *pre test* dan *post test* pada mitra dalam beberapa kriteria dan indikator-indikator yang diperlukan dalam pelaksanaan kegiatan, sebagaimana ditunjukkan tabel 1 berikut :

Tabel 1 : Pre test dan post test kemampuan mitra

Kriteria	Indikator	Pre Test	Post Test
Teknologi komputer	Penguasaan media komputer dan media digital	Mitra hanya memiliki kemampuan <i>basic</i> untuk mengoperasikan komputer dan <i>smartphone</i>	Mitra mampu mengoperasikan komputer dan <i>smartphone</i> pada level <i>advance</i>
	Penguasaan <i>software</i> desain grafis	Mitra kurang menguasai <i>software</i> desain grafis yang digunakan	Mitra mampu menggunakan <i>software</i> desain grafis yang digunakan dengan baik
Desain poster dan branding	Pemahaman peran desain poster dan branding dalam	Mitra menganggap desain poster dan branding tidak memiliki peran penting	Mitra memahami peran penting desain poster dan branding dalam

	publikasi produk	dalam publikasi produk	publikasi produk
	Pemahaman konsep desain poster dan branding	Mitra kurang memahami konsep desain poster dan branding	Mitra memiliki pemahaman yang baik dalam konsep desain poster dan branding
	Kemampuan desain	Kemampuan desain yang dimiliki mitra masih sangat kurang	Mitra memiliki kemampuan standart dalam pembuatan desain

Kegiatan pengabdian pada masyarakat ini juga memiliki dampak yang sangat besar bagi mitra. Terdapat beberapa indikator yang menunjukkan perkembangan positif pada mitra setelah adanya kegiatan pengabdian pada masyarakat ini, sebagaimana ditunjukkan dalam tabel 2 berikut:

Tabel 2 : Dampak kegiatan

Indikator	Sebelum PKM	Setelah PKM
Jangkauan pemasaran	<i>Customer</i> hanya dari wilayah Kecamatan Kota Banyuwangi	<i>Customer</i> berasal dari seluruh wilayah Kabupaten Banyuwangi
Publikasi produk dan layanan	Masyarakat tidak begitu kenal dengan produk dan layanan mitra	Produk dan layanan mitra sudah dikenal masyarakat secara luas

#### 4. KESIMPULAN DAN SARAN

Dari seluruh rangkaian kegiatan pelaksanaan kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat ini dapat disimpulkan bahwa pembuatan desain poster yang telah dilakukan dapat membantu pihak mitra menghasilkan desain poster yang berkualitas dan layak untuk dipublikasikan di berbagai media yang ada, sehingga branding Kedai Es Koffie Cap Lyon dapat lebih dikenal oleh masyarakat secara luas dan dapat bersaing dengan para kompetitornya. Adapun saran dari kegiatan pengabdian pada masyarakat ini adalah perlu adanya kegiatan lanjutan untuk pembuatan *content multimedia interactive* agar publikasi yang dilakukan oleh pihak mitra dapat lebih maksimal.

#### DAFTAR PUSTAKA

- [1] F. Alfian, "Pemanfaatan Website Sebagai Media Lelang Karya Seni di Kampung Kaempuan - Banyuwangi," *ABDIMASTEK*, vol. 1, no. 2, pp. 1–7, 2020, doi: 10.32736/abdimastek.v1i2.1029.
- [2] F. Alfian, "Pembuatan Video Profil Desa Wisata Untuk Sarana Publikasi Di Pokdarwis Gombengsari - Banyuwangi," *ABDIMASTEK*, vol. 2, no. 2, pp. 1–6, 2021, doi: 10.32736/abdimastek.v2i2.1254.
- [3] E. R. P, - Muslih, A. S. Prabowo, - Khamadi, and A. Soeleman, "Pembekalan Branding Industri dengan Pemanfaatan Teknik Logo sebagai Media Promosi Produk UMKM Kelurahan Tanjung Mas Semarang," *Abdimasku J. Pengabd. Masy.*, vol. 6, no. 2, p. 365, 2023, doi: 10.33633/ja.v6i2.978.
- [4] Murnawan, S. Lestari, R. Samihardjo, and R. A. . V. T. Sapanji, "Pelatihan Brand Identity Untuk UMKM: Meningkatkan Kesadaran Merek dan Daya Saing di Era Digital," *Abdimasku J. Pengabd. Masy.*, vol. 6, no. 2, p. 490, 2023, doi: 10.33633/ja.v6i2.1247.
- [5] R. Yanuar *et al.*, "Pengembangan UMKM Melalui Optimalisasi Branding dan Penggunaan Media Digital di Desa Sindangbarang, Kabupaten Cilacap," *J. Pus. Inov. Masy.*, vol. 4, no. 1, pp. 70–84, 2022, doi: 10.29244/pim.4.1.70-84.



- [6] Rahardjo, “Perancangan Branding Desa Wisata Rajek Wetan Kelurahan Tirtoadi Kecamatan Mlati Kabupaten Sleman Yogyakarta,” *J. Dharma Bakti*, vol. 3, pp. 17–25, 2020.
- [7] I. K. D. Pendit, “Strategi Promosi Melalui Media Desain Poster Dalam Pencitraan Publik,” *J. Stilistika*, vol. 7, no. 5, pp. 192–210, 2019, doi: 10.5281/zenodo.3900626.
- [8] F. Alfian, “Pembuatan Katalog Digital Sebagai Media Publikasi Wisata Dan UMKM Di Pokdarwis Gombengsari Banyuwangi,” *ABDIMASTEK*, vol. 3, no. 2, pp. 26–33, 2022, doi: <https://doi.org/10.32736/abdimastek.v3i2.1528>.
- [9] F. Alfian and R. Indriyani, “Pemanfaatan Aplikasi E-Tabungan Untuk Pencatatan Tabungan Di Koperasi Serba Usaha Sanjaya-Banyuwangi,” *ABDIMASTEK*, vol. 2, no. 1, pp. 53–60, 2021, doi: 10.32736/abdimastek.v2i1.1122.
- [10] F. Alfian, “Pemanfaatan QR-Code Untuk Inventarisasi Peralatan Di SMKN Ihya’ Ulumudin – Singojuruh Kabupaten Banyuwangi,” *JPMM*, vol. 1, no. 2, pp. 31–39, 2019, doi: 10.35671/jpmm.v1i2.869.