

BAB II PELAKSANAAN PROGRAM

2.1 Program program Yang di laksanakan

Dari berbagai permasalahan yang telah diidentifikasi, penulis menganalisis setiap masalah tersebut untuk merancang rencana program kerja yang sesuai dengan kondisi di lapangan , berdasarkan hasil observasi. Hal ini bertujuan agar kegiatan yang direncanakan dapat berjalan secara efektif dan efisien, serta mampu mengatasi permasalahan yang ada. Rencana program kerja yang disusun oleh penulis mencakup berbagai kegiatan beserta penjelasannya sebagai berikut.

table 1. 1 progam kerja

Program Kerja	Sasaran	Waktu kegiatan
Pembuatan banner dan desain stiker	UMKM	21 – 22 Agustus 2024
Pembuatan logo dan Gsm (grapich Standar Manual) untuk identitas visual	UMKM	22 – 24agustus 2024

Dan terdapat beberapa progam kerja yang di lakukan dalam upaya peningkatan informasi seputar desa pejambon sebagai berikut

table 1. 2 progam kerja tambahan

Program Kerja	Sasaran	Waktu kegiatan
---------------	---------	----------------

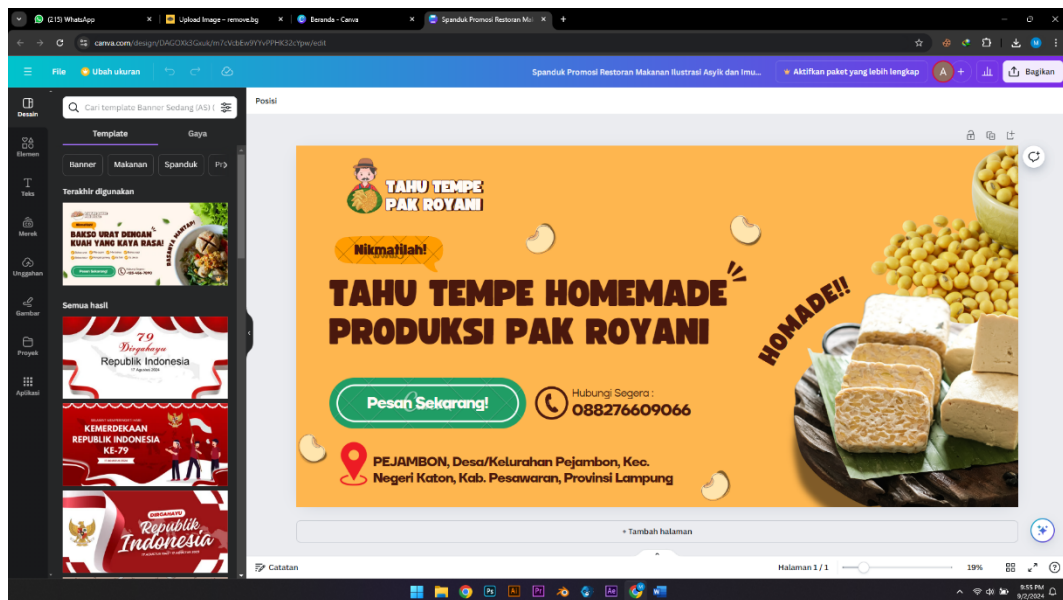
Pembuatan video profile desa yang meliputi kearifan loka dan kerukunan yang ada di desa pejambon	Aparatur dan warga	25 – 28 Agustus 2024
--	--------------------	----------------------

2.1.1 Pengenalan pentingnya baner dan logo untuk visual identitas

Kegiatan ini bertujuan untuk memberikan pemahaman untuk pelaku UMKM serta GSM (Graphic Standar Mandiri) mengenai identitas visual guna meningkatkan daya saing di pasar, dalam meningkatkan daya saing jual di era digital yang persaingannya semakin ketat.

Langkah – langkah yang di lakukan dalam pembuatan banner dan logo

1. Langkah pertama dalam pembuatan banner UMKM tahu tempe Pak Royani di Desa Pejambon adalah pemilihan warna dan elemnt yang akan di gunakan lalu memilih font yang sesuai dengan gaya desain supaya mendapatkan visual yang pas



gambar 1. 1 pembuatan banner umkm

- Setelah desain selesai, langkah selanjutnya adalah pencetakan banner dengan ukuran 2x1 dan diserahkan ke pemilik umkm tahu tempe pak royani dan pemasangan yang strategis guna untuk mempermudah pelanggan untuk mengetahui lokasi tahu tempe pak Royani dengan visual banner yang ada



gambar 1. 2 penyerahan banner umkm

Proses pembuatan banner ini diharapkan dapat memberikan manfaat yang positif dan dapat memberikan pengaruh terhadap skala penjualan pada umkm tahu tempe Pak Royani dan meningkatkan visual identity dari umkm tahu tempe pak Royani

2.1.2 perancangan desain banner dan logo GSM (graphic Standar Manual) untuk umkm tahu tempe pak Royani

Graphic Standard Manual (GSM) atau Manual Standar Grafis adalah dokumen panduan yang menjelaskan aturan dan pedoman untuk penggunaan elemen visual dari suatu merek atau identitas visual. Manual ini dirancang untuk memastikan konsistensi dalam penggunaan logo, warna, tipografi, dan elemen desain lainnya di berbagai media dan platform. Langkah – langkah yang di lakukan dalam pembuatan GSM adalah:

1. Langkah awal dalam pembuatan umkm adalah mencari data yang ada di umkm tahu tempe Pak Royani seperti sejarah visi dan misi target audience untuk menganalisa standar di industri dan memastikan bahwa identitas umkm tahu tempe Pak Royani ini berbeda



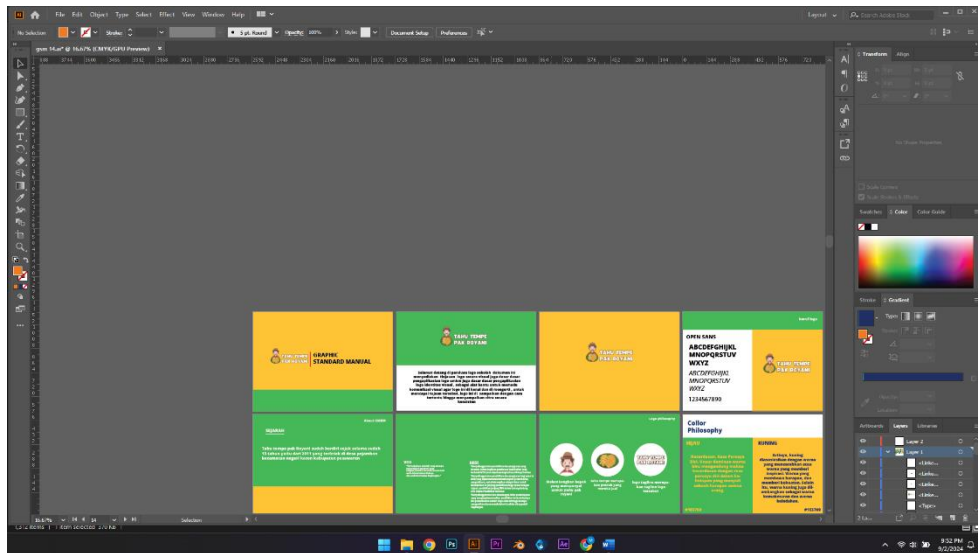
gambar 1. 3 kunjungan pencarian data

2. Setelah pengumpulan data lalu lanjut ke tahap berikutnya yaitu pengembangan identitas visual menciptakan logo yang mencerminkan identitas merek dari umkm tahu tempe pak Royani untuk menambah visual identity umkm dan menarik konsumen lainnya



gambar 1. 4 logo tahu tempe Pak Royani

3. Untuk proses selanjutnya yaitu proses digitalisasi yang dimana menggunakan software adobe illustrator dan mengembangkan ide yang telah di dapat dari brain stroming bersama pemilik umkm yang diaman di dalam gsm berisi logo tipografi warna dan sejarah logo guide dan mockup dan sekaligus untuk di tempelkan di packaging tempe dan tahu pak Royani supaya dapat bersain di pasar



gambar 1. 5 pembuatan grapich standar maunal

Dengan pembuatan logo stiker dan GSM ini di harapkan dapat memberikan dampak yang baik di pasar bagi tahu tempe Pak royani ini dan membuat tahu tempe pak royani semakin dikenal orang dan menambah konsumen yang datang

2.1.3 Pembuatan vidio profile desa

Profil desa adalah dokumen yang memuat informasi lengkap tentang suatu desa, mencakup berbagai aspek yang menggambarkan kondisi, potensi, dan karakteristik desa tersebut. Profil desa digunakan untuk berbagai tujuan, termasuk perencanaan pembangunan, pengambilan keputusan, dan evaluasi program-program pemerintah atau lembaga lainnya

Langkah langkah pembuatan vidio profile desa

a. tahap syuting vidio

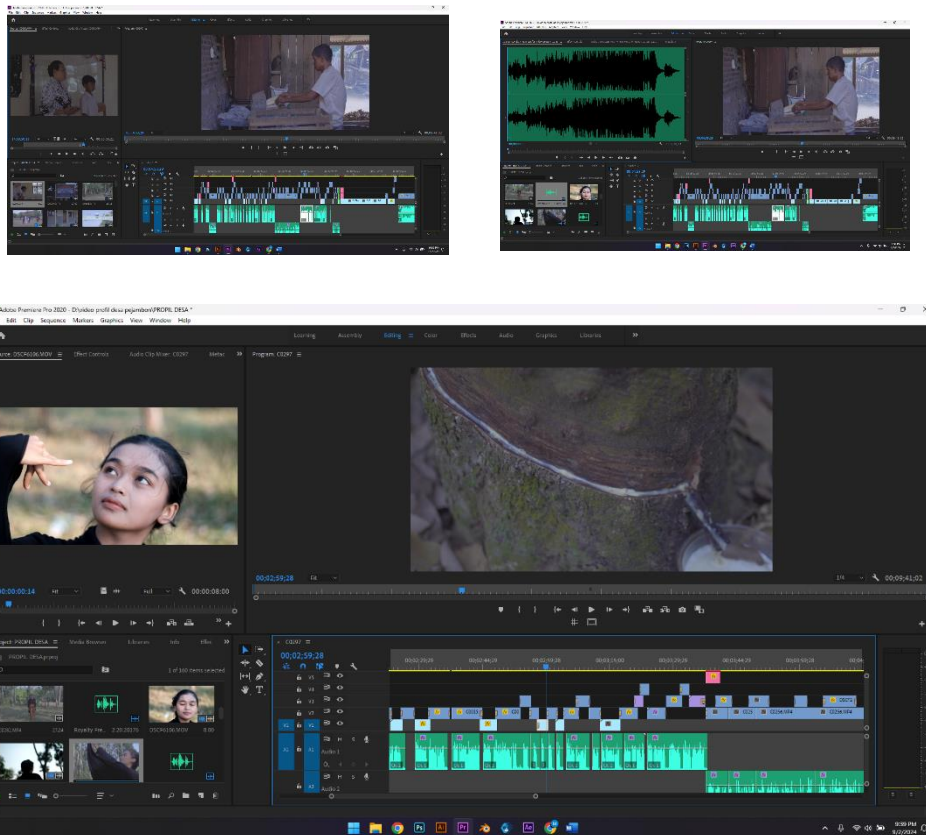
proses syuting vidio adalah proses pengambilan footage vidio yang akan di ambil dan sesuai dengan naskah dan story board menggunakan alat seperti kamera stabilizer dan tripod



gambar 1. 6 psroses syuting profile desa

b. Tahap editing video

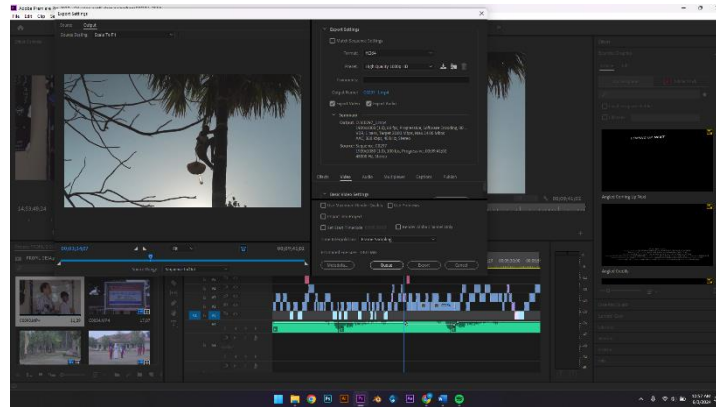
Tahap editing video adalah proses pascaproduksi di mana rekaman video mentah diolah, dipotong, dan disusun menjadi video yang siap ditonton. Editing video melibatkan berbagai langkah dan teknik untuk memastikan hasil akhir yang profesional dan sesuai dengan tujuan pembuatan video. Berikut adalah tahap-tahap utama dalam editing video



gambar 1. 7proses editing profile desa

c. Tahap rendering video

Tahap rendering dalam proses editing video adalah langkah di mana semua elemen video, audio, dan efek yang telah diatur dan disusun dalam timeline software PREMIER PRO digabungkan menjadi satu file video yang utuh. Rendering adalah proses komputasi intensif yang



gambar 1. 8 proses rendering vidio profile desa

mengonversi proyek video menjadi format yang dapat diputar di berbagai perangkat atau platform

2.2 Waktu Pelaksanaa Kegiatan

Praktek Kerja Pengabdian Masyarakat (PKPM) merupakan kegiatan dari pengabdian kepada masyarakat selama 30 hari,yaitu dari tanggal 30 Juli sampai 29 Agustus 2024. Kegiatan ini dilaksanakan di Desa Pejambon , Kec. Negeri Katon , Pesawaran. Berikut ini waktu pelaksanaan kegiatan program kerja yang dilakukan:

table 1. 3 waktu pelaksanaa progam kerja

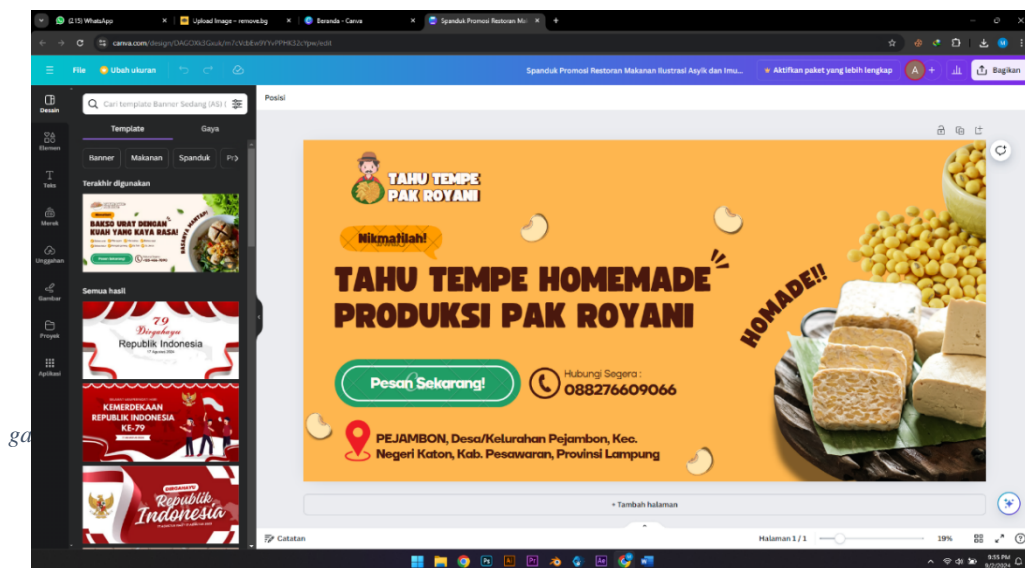
NO	Hari Dan Tanggal	Kegiatan
1.	Rabu 21 Agustus 2024	Silaturahmi Ke UMKM tahu tempe Pak Royani
2.	Kamis 22 Agustus 2024	Pembuatan Banner dan stiker kemasan untuk UMKM tahu tempe Pak Royani

3.	Jumat 23 Agustus 2024	Pembuatan GSM (Grapic Standar Manual) logo tahu tempe pak royani .
4.	Sabtu 24 Agustus 2024	Pembuatan GSM (Grapic Standar Manual) logo tahu tempe pak royani .
5.	Minggu 25 Agustus 2024	Syuting vidio profile desa day 1
6.	Senin 26 Agustus 2024	Syuting vidio profile desa day 2
7.	Selasa 27 Agustus 2024	Proses editing vidio profile desa
8.	Rabu 28 Agustus 2024	Proses editing vidio profile desa

2.3 Hasil kegiatan

Adapun hasil dari kegiatan PKPM adalah sebagai berikut:

1. Hasil dari pembuatan banner dan stiker kemasan **Peningkatan** Dengan desain banner dan stiker kemasan yang baru, UMKM Tahu Tempe Bapak Royani akan memiliki identitas visual yang lebih profesional, konsisten, dan menarik. Hal ini membantu produk lebih mudah dikenali oleh konsumen yang ada di desa pejambon maupun dari luar.



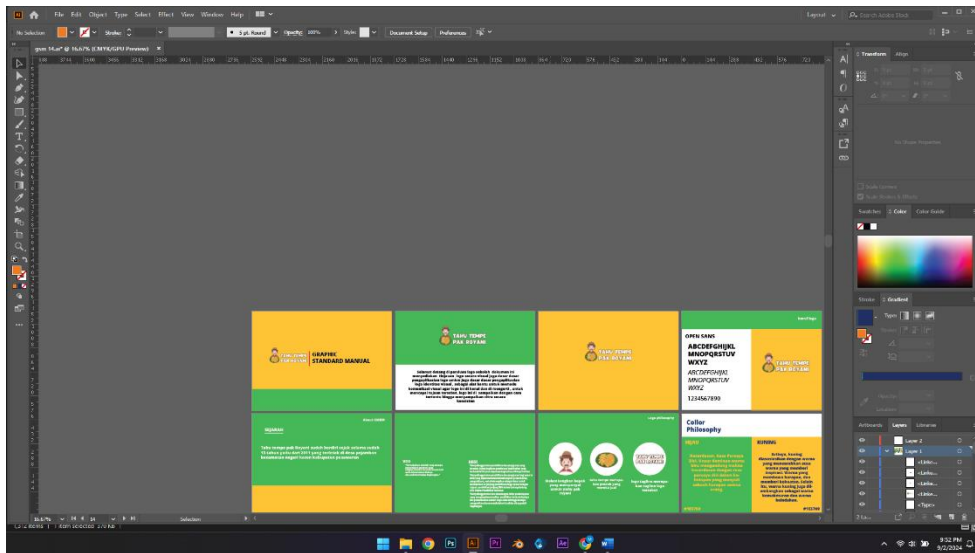
gambar 2 1 pengeditan banner



gambar 2 3 pemberian banner

Proses pembuatan banner ini diharapkan dapat memberikan manfaat yang positif dan dapat memberikan pengaruh terhadap skala penjualan pada umkm tahu tempe Pak Royani dan meningkatkan visual identity dari umkm tahu tempe pak Royani

2. Hasil dari peningkatan visual identity yang diperkuat dengan elemen desain yang baik memberikan kesan yang lebih positif di mata konsumen. Ini membuat UMKM tahu tempe pak Royani mampu bersaing lebih baik dengan kompetitor di pasar dan dapat bersaing di pasar yang sudah masuk ke era digital



gambar 2 4 pengeditan logo gsm umkm



gambar 2 5 hasil logo

Dengan pembuatan logo stiker dan GSM ini di harapkan dapat memberikan dampak yang baik di pasar bagi tahu tempe Pak royani ini dan membuat tahu tempe pak royani semakin dikenal orang dan menambah konsumen yang datang

2.4 Dampak Kegiatan

1. Daya Tarik visual untuk menarik pelanggan Desain banner yang menarik, lengkap dengan logo, warna, dan visual yang mencerminkan produk berkualitas, dapat menarik perhatian calon konsumen. Bagi UMKM seperti Tahu Tempe Pak Royyani, daya tarik visual ini sangat penting karena konsumen sering kali memutuskan membeli produk berdasarkan kesan pertama. Dengan banner yang menampilkan keunggulan produk, seperti kesegaran dan kualitas tahu tempe, potensi penjualan dapat meningkat.
2. Dapat meningkatkan penjualan pasar Banner yang dipajang di tempat strategis, seperti di depan toko atau area ramai, dapat meningkatkan visibilitas usaha. Dengan lebih banyak orang yang mengetahui keberadaan UMKM ini, jumlah kunjungan ke toko dan pembelian produk akan cenderung meningkat. Pemasangan banner juga dapat membantu menarik pelanggan baru yang sebelumnya belum mengenal produk Tahu Tempe Pak Royyani.
3. Identitas visual yang profesional memberikan kesan bahwa usaha dikelola dengan serius dan berkomitmen terhadap kualitas produk. Hal ini dapat meningkatkan kepercayaan konsumen terhadap produk yang ditawarkan oleh Tahu Tempe "Pak Royani." Citra yang positif dan konsisten dalam visual identity mencerminkan kualitas yang dipegang teguh oleh UMKM tersebut.