

Penyuluhan Dan Pendamping Desain Visual Untuk Digital Marketing Efektif

Krisnaldy, Fajar Hidayatullah, Mutia Dela Hardiyanti, Rajli Ahmaluddin

Mahasiswa Dan Dosen Prodi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis

Email :

dosen01890@unpam.ac.id, fajarhidayatullah44@gmail.com,

mutiadelo08@gmail.com, rajliahmaludin2706@gmail.com

ABSTRACT

Era digital telah mengubah cara pemasaran dilakukan, dengan desain visual menjadi elemen penting dalam menarik perhatian audiens dan memperkuat identitas merek. Pemilihan desain logo yang tepat memiliki peranan penting dalam membangun citra merek yang kuat dan mudah diingat. Sebuah logo yang efektif dapat menjadi simbol yang mencerminkan nilai, misi, dan visi perusahaan atau produk. Kegiatan "Penyuluhan dan Pendampingan Desain Visual untuk Digital Marketing Efektif" bertujuan untuk memberikan edukasi kepada siswa-siswi SMKN 5 Kota Tangerang Selatan dalam menciptakan desain visual yang menarik dan relevan dengan target pasar, termasuk dalam memilih dan merancang logo yang sesuai dengan karakter merek.

Kegiatan ini mencakup penyuluhan tentang prinsip desain visual, pelatihan penggunaan perangkat lunak seperti Canva, serta pendampingan langsung untuk membantu siswa dalam menerapkan ilmu yang diperoleh pada proyek sekolah atau usaha kecil mereka. Hasilnya, siswa mampu menghasilkan desain yang lebih profesional, dengan pemahaman yang lebih baik mengenai desain logo dan bagaimana logo dapat mendukung strategi pemasaran digital mereka. Tantangan yang dihadapi meliputi keterbatasan waktu, perbedaan tingkat pemahaman teknologi, serta kesulitan dalam menciptakan desain yang dapat mengkomunikasikan identitas merek secara efektif.

Program ini menunjukkan bahwa penyuluhan dan pendampingan yang tepat dapat membantu siswa memanfaatkan desain visual, termasuk desain logo, untuk memperkuat strategi digital marketing mereka. Oleh karena itu, kegiatan semacam ini diharapkan dapat terus dilakukan untuk meningkatkan keterampilan siswa dalam bidang desain visual yang relevan dengan kebutuhan industry.

Kata Kunci: *Penyuluhan dan Pendampingan Desain Visual untuk Digital Marketing Efektif*

ABSTRACT

The digital era has changed the way marketing is done, with visual design becoming an important element in attracting audience attention and strengthening brand identity. Choosing the right logo design plays an important role in building a strong and memorable brand image. An effective logo can be a symbol that reflects the values, mission, and vision of a company or product. The activity "Visual Design Counseling and Mentoring for Effective Digital Marketing" aims to provide education to students of SMKN 5 South Tangerang City in creating attractive and relevant visual designs for the target market, including in choosing and designing a logo that suits the brand's character.

This activity includes counseling on the principles of visual design, training in the use of software such as Canva, and direct assistance to help students apply the knowledge gained to their school projects or small businesses. As a result, students are able to produce more professional designs, with a better understanding of logo design and how logos can support their digital marketing strategies. Challenges faced include time constraints, differences in levels of understanding of technology, and difficulties in creating designs that can communicate brand identity effectively.

This program shows that proper counseling and mentoring can help students utilize visual design, including logo design, to strengthen their digital marketing strategy. Therefore, this kind of activity is expected to continue to be carried out to improve students' skills in the field of visual design that is relevant to industry needs.

Keywords: *Visual Design Counseling and Mentoring for Effective Digital Marketing*

PENDAHULUAN

Era digital telah membawa transformasi besar dalam cara pemasaran dilakukan. Produk lokal kini memiliki peluang lebih besar untuk bersaing di pasar global melalui platform digital. Namun, tantangan signifikan muncul dari kurangnya pemahaman terkait desain komunikasi visual yang efektif, yang dapat memengaruhi daya tarik produk di mata konsumen.

SMK Negeri 5 Kota Tangerang Selatan memiliki potensi besar untuk menghasilkan produk-produk lokal yang kreatif melalui keterampilan siswanya. Potensi ini seharusnya dapat dioptimalkan untuk mendukung pengembangan ekonomi kreatif di lingkungan sekolah. Sayangnya, hambatan seperti keterbatasan dalam penerapan desain komunikasi visual dan pemanfaatan media digital menjadi kendala utama. Produk yang dihasilkan sering kali tidak memiliki identitas visual yang kuat, seperti logo atau materi promosi yang menarik, sehingga menyulitkan produk-produk tersebut untuk dikenal dan bersaing di pasar yang lebih luas.

Desain visual, khususnya logo, adalah elemen penting yang berfungsi sebagai representasi identitas merek. Sebuah logo yang efektif harus mampu mencerminkan nilai dan karakter merek sekaligus menarik perhatian audiens. Selain itu, strategi pemasaran digital yang memanfaatkan visual yang baik mampu meningkatkan keterlibatan konsumen dan

menciptakan kesan positif terhadap produk. Oleh karena itu, pelatihan dalam desain visual dan pendampingan untuk penerapan strategi digital marketing menjadi kebutuhan mendesak untuk membantu siswa memanfaatkan potensi tersebut.

RUMUSAN MASALAH

Berdasarkan analisis situasi, rumusan masalah dalam kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini adalah sebagai berikut adalah rumusan masalah berdasarkan analisis situasi permasalahan, sebagai berikut:

1. Bagaimana cara memberikan pemahaman yang efektif mengenai prinsip desain visual kepada siswa SMKN 5 Kota Tangerang Selatan?
2. Apa saja tantangan yang dihadapi siswa dalam mengaplikasikan prinsip desain visual dan pembuatan logo dalam proyek sekolah atau usaha kecil?
3. Bagaimana mendesain logo yang efektif yang dapat memperkuat identitas merek dan mendukung tujuan pemasaran digital?

TUJUAN KEGIATAN

Adapun tujuan yang hendak dicapai melalui kegiatan pengabdian kepada masyarakat adalah sebagai berikut:

1. Memberikan pemahaman tentang prinsip dasar desain visual dan bagaimana

- pentingnya desain dalam digital marketing yang efektif.
2. Membantu siswa dalam mengaplikasikan ilmu yang didapat untuk merancang desain visual yang menarik, terutama dalam hal pembuatan logo yang efektif yang dapat memperkuat identitas merek dan mendukung strategi pemasaran digital.
 3. Meningkatkan keterampilan siswa dalam bidang desain visual yang dapat menunjang pengembangan proyek sekolah atau usaha kecil mereka, serta memperkuat strategi digital marketing.
 4. Meningkatkan daya saing produk lokal SMKN 5 Tangerang Selatan di pasar digital.

TINJAUAN PUSTAKA

Desain Visual yang Efektif

Desain visual merupakan proses penggunaan elemen visual seperti warna, tipografi, gambar, dan tata letak untuk menyampaikan pesan secara efektif dan menarik perhatian audiens. Menurut Prahmana (2020), desain visual yang baik harus mampu memenuhi tiga fungsi utama: menarik perhatian, mempermudah pemahaman pesan, dan membangun citra atau identitas merek. Dalam konteks digital marketing, desain visual tidak hanya estetis tetapi juga fungsional, yang mampu mendorong audiens untuk berinteraksi dan mengambil tindakan tertentu seperti membeli produk atau mengunjungi situs web.

Elemen desain visual yang efektif meliputi:

1. Warna: Berperan penting dalam menciptakan emosi dan memperkuat identitas merek. Warna yang tepat dapat menarik perhatian audiens dan menciptakan koneksi emosional. Misalnya, warna merah sering digunakan untuk menunjukkan energi, keberanian, atau gairah, sementara warna biru mencerminkan profesionalisme dan kepercayaan.
2. Tipografi: Pemilihan font harus mencerminkan karakteristik merek dan memastikan pesan mudah dibaca.

3. Komposisi: Tata letak elemen visual yang terorganisasi membantu menciptakan kesan yang lebih profesional dan memudahkan audiens memahami informasi.

Pentingnya Logo dalam Identitas Merek

Logo adalah elemen utama yang merepresentasikan identitas sebuah merek. Menurut Wheeler (2021), logo yang efektif harus memiliki ciri-ciri berikut:

1. Sederhana: Mudah dikenali dan dipahami dalam waktu singkat.
2. Relevan: Sesuai dengan karakteristik dan nilai-nilai merek.
3. Adaptif: Dapat digunakan di berbagai media, baik digital maupun cetak.
4. Memorabel: Mudah diingat oleh audiens.

Sebuah logo yang dirancang dengan baik tidak hanya menjadi simbol visual tetapi juga alat komunikasi yang mampu memperkuat pesan merek. Misalnya, logo KFC dengan warna merah dan putih mencerminkan keberanian dan semangat yang relevan dengan karakter makanan cepat saji.

Desain Visual dalam Pemasaran Digital

Dalam dunia digital marketing, desain visual berfungsi sebagai alat untuk menarik perhatian, menyampaikan informasi, dan menciptakan pengalaman yang positif bagi konsumen. Hadi (2019) mencatat bahwa konten visual seperti gambar, video, dan infografis mampu meningkatkan keterlibatan pengguna hingga 80% dibandingkan dengan konten berbasis teks saja.

Strategi pemasaran digital yang efektif memerlukan integrasi desain visual yang relevan dengan preferensi audiens. Misalnya, platform media sosial seperti Instagram dan TikTok sangat bergantung pada konten visual untuk menarik perhatian pengguna. Desain visual yang menarik, konsisten, dan informatif dapat membantu merek menciptakan hubungan emosional dengan audiens, meningkatkan loyalitas konsumen, dan mendorong konversi penjualan.

Peran Teknologi dalam Desain Visual

Perkembangan teknologi telah memungkinkan desain visual menjadi lebih mudah diakses. Aplikasi seperti Canva menawarkan fitur sederhana yang mempermudah pengguna untuk menciptakan desain profesional tanpa memerlukan keahlian teknis yang tinggi. Teknologi ini menjadi solusi bagi siswa, pelaku usaha kecil, dan masyarakat umum untuk menghasilkan desain yang kompetitif dengan biaya yang rendah.

Pengaruh Desain Visual terhadap Pemasaran Digital

Siregar (2020) menyatakan bahwa desain visual yang baik dapat memengaruhi persepsi konsumen terhadap suatu merek. Identitas visual yang kuat, seperti logo dan kemasan, menciptakan kesan profesional yang mendorong kepercayaan konsumen. Dalam konteks SMKN 5 Kota Tangerang Selatan, desain visual yang efektif dapat memperkuat identitas produk lokal siswa, meningkatkan daya saing di pasar digital, dan menciptakan peluang ekonomi baru.

Tinjauan pustaka ini menunjukkan bahwa desain visual memiliki peran strategis dalam pemasaran digital, terutama dalam membangun identitas merek dan meningkatkan keterlibatan audiens. Dengan pemahaman yang mendalam tentang prinsip-prinsip desain visual, siswa dapat menghasilkan materi promosi yang relevan dan menarik, mendukung pengembangan produk lokal di era digital.

METODE PELAKSANAAN

Model kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat (PKM) ini bertujuan untuk memberikan penyuluhan kepada siswa/i mengenai desain visual yang efektif untuk digital marketing. Kegiatan ini dilaksanakan melalui tiga tahapan: persiapan, pelaksanaan, dan evaluasi. Berikut adalah rinciannya:

1. Melakukan Studi Awal, Observasi penggunaan desain visual pada produk lokal di Tangerang Selatan
2. Analisis SWOT, Menilai kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman dalam penggunaan desain visual.

3. Workshop, Pelatihan untuk merancang desain visual yang efektif.
4. Implementasi, Menerapkan desain visual pada produk lokal.
5. Evaluasi, Menilai hasil penerapan desain dan dampaknya terhadap penjualan.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil

Kegiatan penyuluhan dan pendampingan desain visual di SMKN 5 Kota Tangerang Selatan berhasil memberikan pemahaman yang lebih mendalam kepada siswa mengenai desain visual untuk digital marketing. Melalui pelatihan dan pendampingan langsung, siswa memperoleh keterampilan dalam membuat desain yang menarik dan sesuai dengan prinsip desain visual. Beberapa hasil yang diperoleh selama pelaksanaan kegiatan ini adalah:

1. Peningkatan pemahaman tentang prinsip desain: Siswa berhasil memahami pentingnya elemen-elemen desain seperti warna, tipografi, dan komposisi dalam menciptakan identitas merek yang kuat.
2. Kemampuan dalam menggunakan alat desain: Sebagian besar siswa dapat dengan mudah mengoperasikan perangkat desain grafis seperti Canva untuk membuat desain logo dan materi promosi lainnya.
3. Desain yang lebih profesional: Siswa menghasilkan desain logo dan materi promosi yang lebih rapi, terstruktur, dan menarik. Sebagai contoh, beberapa siswa berhasil menciptakan logo yang mencerminkan karakter merek mereka dengan pemilihan warna yang tepat dan komposisi yang efektif.

Pembahasan

Setelah mengikuti kegiatan penyuluhan dan pendampingan, siswa menunjukkan peningkatan yang signifikan dalam hal

keterampilan desain visual. Tantangan utama yang dihadapi siswa selama kegiatan ini adalah keterbatasan pengetahuan awal mereka tentang desain grafis dan keterbatasan dalam memilih elemen desain yang tepat. Namun, dengan adanya pelatihan dan pendampingan langsung, mereka mampu mengatasi tantangan ini dengan baik.

Pentingnya **pemilihan warna** dalam desain logo menjadi salah satu topik yang sangat diperhatikan. Sebagai contoh, dalam beberapa desain logo yang dihasilkan, pemilihan warna yang terlalu mencolok atau tidak serasi menjadi kendala. Namun, setelah diberikan penjelasan mengenai teori warna dan aplikasinya, siswa mulai lebih bijak dalam memilih kombinasi warna yang lebih harmonis dan sesuai dengan identitas merek mereka. Hal ini menunjukkan bahwa pengajaran tentang teori warna yang tepat sangat penting untuk meningkatkan kualitas desain.

Selain itu, penggunaan **Canva** sebagai alat desain memberikan kemudahan bagi siswa yang tidak memiliki latar belakang desain grafis. Aplikasi ini menyediakan berbagai template dan elemen desain yang dapat disesuaikan, memudahkan siswa dalam membuat desain yang menarik dan profesional tanpa memerlukan keterampilan teknis yang tinggi. Meskipun demikian, beberapa siswa masih mengalami kesulitan dalam memaksimalkan penggunaan fitur Canva, terutama dalam mengatur tata letak dan pemilihan elemen yang tepat. Oleh karena itu, pendampingan lebih lanjut diperlukan untuk membantu siswa lebih memahami cara mengoptimalkan alat ini.

Secara keseluruhan, kegiatan ini berhasil meningkatkan keterampilan desain siswa dan memberikan pemahaman yang lebih baik tentang pentingnya desain visual dalam strategi digital marketing. Keberhasilan kegiatan ini juga menunjukkan bahwa dengan bimbingan yang tepat, siswa dapat mengembangkan kreativitas mereka dalam menciptakan desain yang relevan dan efektif dalam memasarkan produk atau layanan di dunia digital.

Kegiatan ini juga menciptakan peluang bagi siswa untuk menerapkan keterampilan desain visual dalam proyek sekolah atau usaha kecil mereka, yang dapat meningkatkan daya saing produk mereka di pasar digital.

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Dari kegiatan pengabdian masyarakat (PKM) ini dapat disimpulkan bahwa:

- a. Melalui penyuluhan dan pendampingan, siswa diajarkan dasar-dasar tren visual, tren desain marketing, serta pemilihan warna dalam desain logo yang dapat memperkuat identitas merek dan meningkatkan daya tarik audiens. Materi ini membantu siswa memahami elemen-elemen desain yang dapat diterapkan dalam proyek sekolah atau usaha kecil mereka.
- b. Program ini memberikan kesempatan bagi siswa untuk mengaplikasikan pengetahuan desain dalam proyek nyata, sehingga meningkatkan keterampilan mereka dalam memasarkan produk atau proyek secara lebih profesional di dunia digital.
- c. kegiatan ini menunjukkan bahwa pelatihan desain komunikasi visual yang terarah dapat membantu siswa dan pelaku usaha kecil di SMK Negeri 5 Tangerang Selatan mengoptimalkan kemampuan pemasaran digital mereka dan bersaing di pasar yang semakin berkembang.
- d. Dengan kolaborasi antara SMK Negeri 5 Kota Tangerang Selatan dan Universitas Pamulang, dapat membangun hubungan serta memperkuat jaringan antar dunia Pendidikan, serta menciptakan peluang untuk pengembangan keterampilan lebih lanjut dalam bidang desain visual dan digital marketing.

Saran

- a. Untuk meningkatkan kualitas program, disarankan agar materi yang diberikan lebih diperluas

dengan melibatkan berbagai alat desain visual yang lebih beragam, serta memberikan lebih banyak waktu untuk praktik langsung. Hal ini akan membantu siswa dan pelaku usaha kecil untuk lebih menguasai keterampilan yang diperlukan dalam dunia digital marketing.

- b. Untuk mendalami tren desain yang lebih spesifik, disarankan agar program ini melibatkan kolaborasi lebih lanjut dengan pelaku industri atau profesional di bidang desain visual dan digital marketing.
- c. Mengajarkan siswa untuk menggunakan alat desain gratis yang mudah diakses, seperti aplikasi online atau software yang ringan, agar mereka bisa berlatih di luar kelas.

DAFTAR PUSTAKA

Astuti, W., Pasaribu, V. L. D., Oktrima, B., Saputra, H., & Rusilowati, U. (2021). Upaya Peningkatan Kualitas Sumber Daya Manusia Melalui Peningkatan Kompetensi. *Jurnal Abdimas Tri Dharma Manajemen*, 3(1), 22-29.

Elburdah, R. P., Pasaribu, V. L. D., Rahayu, S., Septiani, F., & Metarini, R. R. A. (2021). Mompreneur penopang perekonomian keluarga di masa pandemi Covid-19 dengan bisnis online pada Kelurahan Pondok Benda. *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 2(1), 75-82.

Priadi, Andri, et al. "PENYULUHAN PENGEMBANGAN SUMBER DAYA MANUSIA DENGAN MEMPERKUAT BUDAYA ORGANISASI MELALUI PENINGKATAN VALUE PADA LEMBAGA PENGEMBANGAN MASYARAKAT KELURAHAN PONDOK BENDA KOTA TANGERANG SELATAN." *Jurnal Lokabmas Kreatif: Loyalitas Kreatifitas Abdi Masyarakat Kreatif* 1.3 (2020): 97-105. Malayu S. P. Hasibuan. Manajemen Sumber Daya Manusia. 2007. Bumi Aksara, Jakarta.

Pasaribu, V. L. D., Elburdah, R. P., Sudarso, E., & Fauziah, G. (2020). Penggunaan Manajemen Waktu Terhadap Peningkatan Prestasi Belajar Di Smp Araisiyah. *Jurnal ABDIMAS Tri Dharma Manajemen*, 1(1), 84.

Pasaribu, V. L. D., Syafei, A. N., Farhan, A., Aufaizah, A., Irani, C., & Firtiayani, S. R. (2021). Pengaruh Displin Protokol Kesehatan Terhadap Pencegahan Penularan Virus Covid-19. *Jurnal Abdimas Tri Dharma Manajemen*, 2(2), 91-98.

Pasaribu, V. L. D., Susanti, F., & Hartuti, E. T. K. (2019). Memotivasi Siswa dan Siswi SMK Letris Indonesia di Dalam Menentukan Pilihan Untuk Melanjutkan Pendidikan Atau Bekerja Setelah Lulus Sekolah. *Jurnal Pengabdian Dharma Laksana*, 1(2), 161-172.

Pasaribu, V. L. D., & Agrasadya, N. S. Krisnaldy.(2020). Meningkatkan Produktivitas Usaha Dimasa Pandemi Pada Ibu PKK RT 004/003 Kelurahan Sawah Baru Ciputat, Tanggerang Selatan. *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 1(1), 177-180.

Pasaribu, V. L. D., Dwiyatni, A., Sabina, C., Ridwan, M., Gunawan, D. D., & Noviani, B. C. (2021). Evaluasi Penerapan 3M Dimasa Pandemic Covid 19. *Jurnal Abdimas Tri Dharma Manajemen*, 2(2), 54-60.

Pasaribu, V. L. D., Agrasadya, A., Shabrina, N., & Krisnaldy, K. (2020). Menjadi Entrepreneur Muda Yang Memiliki Jiwa Leadership Untuk Menghadapi Masa Depan. *Abdi Laksana: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 1(1), 1-9.

Pasaribu, V. L. D., & Agrasadya, N. S. Krisnaldy.(2020). Menjadi Entrepreneur Muda Yang Memiliki Jiwa Leadership Untuk Menghadapi Masa Depan. *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 1(1), 177-180.

Pasaribu, V. L., Yunianti, H. L., Pratana, R., Sembayu, R., Purba, S. M., & Nurbayani, T. T. (2021). Manajemen Keuangan untuk Menghadapi dan Bertahan di Era Covid-19. *Jurnal Abdimas Tri Dharma Manajemen*, 2(2), 12-18.

Pasaribu, V. L. D., & Setyowati, R. (2021). Adaptasi Kehidupan New Normal pada Masa Pandemi Covid-19 di Yayasan Pondok Pesantren dan Panti Asuhan Nurul Ikhsan Kecamatan Setu, Kota Tangerang Selatan. *Jurnal Lokabmas Kreatif: Loyalitas Kreatifitas Abdi Masyarakat Kreatif*, 2(2), 82-88.

Pasaribu, V. L. D., Oktrima, B., Prabowo, B., Arianto, N., & Haryoko, U. B. (2020). Progam Pendampingan Dan Penyelenggaraan Pendidikan Anak Pada Usia Dini Terhadap Prestasi Belajar Dilingkungan Rt 020 Rw 009. Kel Giri Peni. Kec Wates. Yogyakarta. *Jurnal LOKABMAS Kreatif*, 1(01).

Pasaribu, V. L. D., Satria, P., Sari, R. P., Valencya, I., & Setyowati, R. Nursahidin. Adaptasi Kehidupan New Normal Pada Masa Pandemi Covid-19 Diayasan Pondok Pesantren Dan Panti Asuhan Nurul Ikhsan Kecamatan Setu, Kota Tangerang Selatan. *Jurnal LOKABMAS Kreatif*, 2(02), 89-97.

Pasaribu, V. L. D., Sulaiman, S., Sutiman, S., Thaharudin, T., & Purnomo, B. Y. (2020). Pengenalan Letak Posyandu Terdekat Dikelurahan Pisangan Dengan Manajemen Pemasaran Revolusi 4.0 Untuk Meningkatkan Pengetahuan Masyarakat Letak Dan Fungsi Posyandu Terdekat Pada Kelurahan Pisangan. *Dedikasi Pkm*, 1(1), 105-110.

Pasaribu, V. D., Qomah, F. I., Sajida, S. R., Putri, D. O., Hidayat, M. K., & Senoaji, R. DARING ATAU KEGIATAN TATAP MUKA EFESIENSI MANA.

Pasaribu, V. L. D., & Agrasadya, N. S. Krisnaldy.(2020). Meningkatkan Produktivitas Usaha Dimasa Pandemi Pada Ibu PKK RT 004/003 Kelurahan Sawah Baru Ciputat, Tanggerang Selatan. *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 1(1), 177-180.

Hadi, S. (2019). Tren Pemasaran Digital di Indonesia: Penggunaan Desain Visual dalam Kampanye Pemasaran. *Jurnal Pemasaran dan Bisnis*, 14(2), 55-67.

Prahmana, A. (2020). Desain Komunikasi Visual: Teori dan Praktik dalam Pemasaran Digital. Penerbit ANDI.

Siregar, M. (2020). Pengaruh Desain Visual terhadap Persepsi Konsumen pada Pemasaran Digital. *Jurnal Komunikasi Visual*, 8(1), 45-59.

DOKUMENTASI KEGIATAN

