

# PKM PADA APLIKASI DESAIN *LABELING* UNTUK KEMASAN MAKANAN OLAHAN LOKAL JENIS IKAN PEDA UKM BARAKUDA DI PULAU PAYUNG, KEPULAUAN SERIBU DKI JAKARTA

Rudi Heri Marwan<sup>1</sup>, Ahmad Fuad<sup>2</sup>, Ratih Pertwi<sup>3</sup>, Gilang Chandra Saputra<sup>4</sup>, Bayu Trilaksono<sup>5</sup>, Andre<sup>6</sup>, Fahreza Ramadhan<sup>7</sup>, Ahmad Fazri<sup>8</sup>

<sup>1,2,3,4,5,6,7,8</sup>Program Studi Desain Komunikasi Visual, Fakultas Desain Dan Industri Kreatif,  
Universitas Esa Unggul

e-mail: rudi@esaunggul.ac.id1, ahmad.fuad@esaunggul.ac.id2, ratih.pertiwi@esaunggul.ac.id3, gilangchandra25@gmail.com4, bayutrilaksono33@gmail.com5, eindruansyah@gmail.com6, Kautsareza997@gmail.com7, ahmadfazri86@gmail.com8

Diterima: Juli, 2022 | Disetujui: Agustus, 2022 | Dipublikasi: April, 2023

## Abstrak

Sebuah karya seni apapun bentuknya tidak begitu saja hadir tercipta, Proses perancangan karya seni tersebut membutuhkan keterampilan/skill, kreativitas, perenungan dan kemampuan analisis terhadap objek yang dijadikan acuan. Pergulatan tersebut menimbulkan berbagai kemungkinan bentuk-bentuk yang tidak pernah terpikirkan oleh kita, seperti Perancangan Logo *Brand* dan Perancangan Kemasan Packaging / Labeling makanan Olahan Lokal Jenis Ikan Peda Di Pulau Payung, penulis ingin merasakan proses tersebut berupa bentuk-bentuk yang tidak pernah terpikirkan, kemampuan untuk membuat stileti terhadap objek acuan, pemilihan warna, elemen desain yang tercipta mengacu pada kearifan lokal ciri khas dari objek yang dijadikan sebagai acuan yang ada di sekitar UKM Barakuda masyarakat Pulau Payung.

**Kata Kunci:** Aplikasi, Desain Labeling, Kemasan, Makanan Olahan.

## PENDAHULUAN

Seiring dengan berkembangnya Pulau Payung sebagai kawasan wisata, terdapat berbagai dampak terhadap aspek-aspek kehidupan masyarakat lokal pulau tersebut. Dampak yang dapat berupa dampak positif dan negatif tersebut dapat mempengaruhi keberlangsungan pariwisata yang terjadi di Pulau Payung termasuk aktivitas penduduknya. Oleh karena itu, perlu adanya suatu gerakan kesadaran masyarakat Kelurahan Pulau Payung, yaitu menumbuhkan kesadaran warga untuk meningkatkan kesejahteraan masyarakat melalui peran serta pelaku usaha UKM di daerah tersebut. Warga usia 29 s.d 45 tahun adalah fokus kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat ini karena pada usia tersebut adalah usia produktif untuk mengembangkan potensi dirinya untuk kesejahteraan daerahnya.

Penduduk Pulau Payung sebagian besar merupakan pendatang dan bukan merupakan penduduk asli pulau. Suku yang ada di Pulau Payung berasal dari berbagai macam suku yakni; Bugis, Mandar, Betawi, dan Jawa.

### **Tinjauan Survey, Assessment, dan Focus Group Discussion**

Kunjungan survei, assessment, dan *focus group discussion* mulai dilakukan pada 27-28 April 2018 dilakukan oleh tim Dosen Universitas Esa Unggul untuk melihat langsung lokasi, menggali dan menganalisis permasalahan melalui pertemuan dengan Bupati Kepulauan Seribu, Bapak Irmansyah, pemda kelurahan Pulau Tidung, dari hasil kunjungan tersebut mendapatkan beberapa permasalahan antara lain:

- a. Pendidikan karakter yang belum maksimal.
- b. Perekonomian yang belum tereksplorasi dan kurang produktif, padahal memiliki potensi ekonomi yang baik, seperti pariwisata, industri kecil makanan oleh-oleh.
- c. Kurangnya keterampilan praktis bagi warga pemuda Kepulauan Seribu yang dapat meningkatkan kesejahteraanya mendukung hasil-hasil usaha produktif daerahnya.
- d. Kurangnya kepedulian warga terhadap lingkungan.



**Gambar 1 Survey, Assessment, dan Focus Group Discussion oleh Tim Dosen Universitas Esa Unggul Langsung Dengan Warga dan Pemerintah Daerah Kab. Adm. Kepulauan Seribu yang Dilakukan Sejak Bulan April 2018. (Sumber: Domuntasi P2M LPPM Universitas Esa Unggul Jakarta, 2018)**

### **Permasalahan Mitra**

Mengacu kepada butir Analisis Situasi, uraian permasalahan mitra yang mencakup hal-hal berikut ini:

Permasalahan Prioritas Mitra dalam dunia usaha peranan media promosi sangatlah penting untuk menunjang pengenalan identitas dan menaikkan citra produk yang dijual, hal ini yang perlu dilengkapi oleh UKM Barakuda Pulau Payung untuk memperbarui desain komunikasi visual yang telah dimiliki sebelumnya.

Media promosi akan digunakan sebagai pengenalan dari UKM yang dikelola dan dapat membangun semangat secara internal antar komponen yang ada di dalam UKM tersebut.

Sebuah desain yang baik dan berhasil akan dapat menimbulkan sugesti yang kuat, membangun kepercayaan, rasa memiliki dan menjaga *image* UKM Barakuda Pulau Payung. Keinginan dari pemilik UKM Barakuda untuk membuat desain logo brand dan desain kemasan labeling memiliki tujuan terhadap target *audience* sesuai dengan produknya dapat diterima oleh masyarakat secara luas, tidak hanya masyarakat disekitar Kepulauan Seribu saja tetapi dapat diterima masyarakat di Jakarta atau skala Nasional.

Berdasarkan informasi yang diperoleh, penulis akan menguraikan permasalahan prioritas bersifat spesifik, konkret serta benar-benar sesuai dengan kebutuhan mitra yaitu:

1. Kurangnya edukasi / penyuluhan tentang pengetahuan logo *brand*, desain kemasan *Packaging / Labeling* dan bahan atau material kemasan makanan Olahan Lokal Jenis Ikan Peda Di Pulau Payung sebagai daya pikat yang dapat meningkatkan produktifitas dan penjualan pelaku usaha UKM Barakuda yang dikelola masyarakat Pulau Payung.
2. Pelaku Usaha UKM Barakuda yang dikelola oleh masyarakat Pulau Payung belum mempunyai logo *brand* dari makanan olahan lokal jenis ikan peda sebagai identitas agar masyarakat mengetahui dan mengenal produk makanan olahan lokal jenis ikan asli dari Pulau Payung.
3. Pelaku Usaha UKM Barakuda yang dikelola oleh masyarakat Pulau Payung juga belum mempunyai desain kemasan *labeling* dari makanan olahan lokal jenis ikan peda sebagai daya pikat untuk mempromosikan dan sekaligus meningkatkan penjualan makanan olahan lokal jenis ikan peda yang berasal dari Pulau Payung.

Justifikasi pengusul bersama mitra atas permasalahan yang telah ditentukan sebelumnya, pengabdian masyarakat dilakukan diharapkan memberikan manfaat untuk mengetahui permasalahan yang terjadi pada dunia Desain Komunikasi Visual secara global dan secara khususnya tentang pengetahuan pengenalan bahan / material *packaging / labeling* kemasan makanan, logo *brand* dan pentingnya desain kemasan labeling sebuah prduk makanan olahan dalam kehidupan akademisi maupun kehidupan sehari-hari. Pentingnya identitas lokal diaplikasikan kedalam desain logo brand dan desain kemasan labeling sebagai karakter dan identitas UKM Barakuda Pulau Payung.

Tujuan dari hasil Pengabdian Masyarakat “PKM pada Aplikasi Desain Labeling untuk Kemasan Makanan Olahan Lokal Jenis Ikan Peda UKM Barakuda di Pulau Payung, Kepulauan Seribu DKI Jakarta” ini adalah untuk memberikan sebuah masukan berupa:

- a. Penyuluhan tentang pengetahuan logo *brand*, desain kemasan *Packaging / Labeling* dan bahan atau material kemasan makanan



Olahan Lokal Jenis Ikan Peda Di Pulau Payung sebagai daya pikat yang dapat meningkatkan produktifitas dan penjualan pelaku usaha UKM Barakuda yang dikelola oleh masyarakat Pulau Payung

- b. Merancang logo *brand* dari makanan olahan lokal jenis ikan peda sebagai identitas agar masyarakat mengetahui dan mengenal produk makanan olahan lokal jenis ikan asli yang dihasilkan oleh UKM Barakuda dari Pulau Payung
- c. Membuat desain kemasan *labeling* dari makanan olahan lokal jenis ikan peda sebagai daya pikat untuk mempromosikan dan sekaligus meningkatkan penjualan makanan olahan lokal jenis ikan peda yang dihasilkan oleh UKM Barakuda Pulau Payung.

Jadi, dari hasil observasi, diskusi, tinjauan data dan informasi yang relevan, maka dapat disimpulkan bahwa dalam rangka usaha pengembangan peran kepemudaan, maka perlu diselenggarakannya Program Pengabdian kepada Masyarakat yang bertema “PKM pada Aplikasi Desain *Labeling* untuk Kemasan Makanan Olahan Lokal Jenis Ikan Peda UKM Barakuda di Pulau Payung, Kepulauan Seribu DKI Jakarta” untuk produk lokal unggulan Pulau Payung dalam rangka partisipasi pemuda untuk perwujudan Smart Island.

Kegiatan ini merupakan dasar untuk membuat hasil karya kreatif logo brand dan desain *labeling* makanan olahan lokal jenis ikan peda UKM Barakuda di Pulau Payung, Kepulauan Seribu. Dalam rangka partisipasi pemuda untuk perwujudan Smart Island tahapan-tahapan tersebut antara lain:

1. Melakukan survei pendataan terhadap UKM yang akan dipilih kemudian dilakukan wawancara langsung kepada pelaku usaha UKM.
2. Konsep Logo *Brand* mengambil konsep dari bahan baku makanan yang diolah dan cirikhas Pulau Payung yang merupakan sumber inspirasi untuk dikembangkan menjadi berbagai desain logo brand alternatif. Langkah ini dikenal sebagai *mind mapping* sebagai modal untuk membuat langkah berikutnya.
3. Melakukan analisis SWAT dari produk makanan olahan lokal jenis ikan peda Pulau Payung.
4. *Brainstorming* logo *brand* langkah ini dilakukan untuk mengetahui proses pembuatan logo *brand* dari sketsa, digitaling logo, logo *brand* komprehensif, logo *brand* terpilih, keterangan dan penjelasan logo *brand* dan rencana pengaplikasian logo *brand* pada desain kemasan labeling.
5. Membuat beberapa alternatif desain kemasan *labeling* makanan olahan lokal jenis ikan peda UKM Barakuda Pulau Payung.
6. *Digital Print* desain kemasan *labeling* produk makanan olahan lokal jenis ikan peda yang terpilih.



**Gambar 2 Penandatanganan Kerjasama Universitas Esa Unggul Jakarta dengan TP PKK Kab. Administrasi Kepulauan Seribu. Sumber : Domuntasi Team P2M LPPM Universitas Esa Unggul Jakarta 2020.**

## KAJIAN TEORI

Perancangan logo *brand* dan perancangan kemasan *packaging / labeling* makanan olahan lokal jenis ikan peda di pulau payung, penulis menggunakan teori untuk mempermudah dalam penyampaian maksud dan tujuan pengabdian kepada masyarakat di antaranya:

### **Pengertian Logo / Logo Brand**

Logo merupakan salah satu aspek penting dari suatu brand (Kohli, Suri, & Thakor, 2002). Keberadaan logo dari suatu perusahaan atau *brand*, dapat menjadi jaminan, memunculkan perasaan yakin konsumen terhadap kualitas suatu produk atau *brand*. Selain itu logo dapat menggantikan nama perusahaan atau *brand* dalam kondisi tempat ataupun waktu yang terbatas untuk menuliskan atau menyebutkan nama *brand* atau perusahaan.

Berdasarkan penelitian yang dilakukan Muller dan Chandon tahun 2003 ditemukan bahwa keberadaan brand pada website dapat memunculkan *brand personality youthfulness* dan *sincerity*. Selain itu, faktor terkait atribut produk, yaitu desain berupa bentuk dan warna kemasan produk memunculkan *brand personality* tertentu. Faktor lain seperti karakteristik tulisan/*font characteristics* pada logo *brand* ataupun pada kemasan produk memiliki pengaruh tertentu terhadap pembentukan *brand personality* (Grohmann, Giese, dan Parkman, 2012). Penggunaan jenis karakteristik tulisan tertentu, memunculkan dimensi *brand personality* tertentu berupa *sincerity, excitement, sophistication, ruggedness, and competence*.

Penelitian kualitatif yang dilakukan Seimiene dan Kamarauskaite (2014) menjabarkan secara lebih spesifik faktor terkait atribut produk yang memengaruhi

*brand personality*, yaitu desain dan warna botol (kemasan minuman bir), serta label produk.

### **Pengertian Kemasan/Pengemasan**

Pengemasan adalah kegiatan merancang dan memproduksi wadah kemas atau pembungkus untuk suatu produk (Kotler & Amstrong, 1989). Menurut Cenadi (2000) ada tiga alasan utama untuk melakukan pembungkusan, yaitu:

1. Kemasan memenuhi syarat keamanan dan kemanfaatan, kemasan melindungi produk dalam perjalannya dari produsen ke konsumen. Produk-produk yang dikemas biasanya lebih bersih, menarik dan tahan terhadap kerusakan yang disebabkan oleh cuaca.
2. Kemasan dapat melaksanakan program pemasaran, melalui kemasan identifikasi produk menjadi lebih efektif dan dengan sendirinya mencegah pertukaran oleh produk pesaing, kemasan merupakan satu-satunya cara perusahaan membedakan produknya
3. Kemasan merupakan suatu cara untuk meningkatkan laba perusahaan, oleh karena itu perusahaan harus membuat kemasan semenarik mungkin, dengan kemasan yang sangat menarik diharapkan dapat memikat dan menarik perhatian konsumen. Selain itu, kemasan juga dapat mengurangi kemungkinan kerusakan barang dan kemudahan dalam pengiriman.

### **Pengertian Label**

Label biasanya terbuat dari kertas, laminasi kertas atau film plastik dengan atau tambahan perekat (“sensitif terhadap tekanan”), label dapat mencakup keseluruhan kemasan atau hanya setempat saja, dapat dipotong dalam berbagai bentuk berbeda untuk melengkapi kontur suatu struktur kemasan. (Klimchuk 158).

Adapun macam-macam label yang sering digunakan oleh beberapa perusahaan adalah (Swastha 142):

#### **1. Brand Label**

*Brand label* adalah label yang semata-mata sebagai *brand*. Misalnya pada kain atau tekstil, kita dapat mencari tulisan berbunyi: “sanforized, berkolin, tetoron”, dan sebagainya. Nama-nama tersebut digunakan oleh semua perusahaan yang memproduksinya.

#### **2. Grade Label**

*Grade label* adalah label yang menunjukkan tingkat kualitas tertentu dari suatu barang. Label ini dinyatakan dengan suatu tulisan atau kata-kata. Misalnya pada terigu, sering tercantum tulisan yang berbunyi: “Kualitas nomor 1, Kualitas superior”, dan sebagainya.

#### **3. Descriptive Label**

*Descriptive label* atau juga disebut label informatif merupakan label yang menggambarkan tentang cara penggunaan, susunan, pemeliharaan, hasil kerja dari suatu barang. Pada barang jenis obat-obatan sering kita jumpai label seperti ini.

## METODOLOGI

Merupakan kerangka berpikir yang menjelaskan bagaimana cara pandang peneliti terhadap fakta kehidupan sosial dan perlakuan peneliti terhadap ilmu atau teori. Metodologi penelitian juga menjelaskan bagaimana peneliti memahami suatu masalah, serta kriteria pengujian sebagai landasan untuk menjawab masalah penelitian (Guba & Lincoln, 1988: 89-115).

### **Pendekatan Analisa**

Pengabdian Masyarakat ini dilakukan dengan menggunakan metode kualitatif, karena peneliti ingin mendapatkan data yang mendalam, lebih rinci yang menekankan pada aspek detail yang kritis dan menggunakan cara studi kasus. Oleh karena itu peneliti melakukan Pengabdian Masyarakat secara langsung dan terlibat sebagai instrument/pelaku. Selain itu juga menggunakan penelitian deskriptif, yaitu penelitian yang bertujuan untuk mengembangkan (*generating*) teori atau hipotesis melalui paparan, data yang dikumpulkan berupa kata-kata, gambar, dan bukan angka-angka (Lexy J. Moleong, 2010:11), dalam rangka mendapatkan hasil yang lebih komprehensif terhadap obyek penelitian. Alasan memilih metode penelitian dengan pendekatan analisis deskriptif kualitatif, karena data yang dikumpulkan berupa paparan permasalahan yang dihadapi oleh pelaku usaha UKM Barakuda Pulau payung, solusi yang diberikan melalui program P2M yang akan diulas secara mendalam melalui deskripsi dalam bentuk kata-kata dan bahasa.

### **Obyek Pembahasan**

Sesuai dengan batasan masalah yang telah disebutkan dalam bab I, obyek permasalahan dibatasi pada Aplikasi Desain Labeling untuk Kemasan Makanan Olahan Lokal Jenis Ikan Peda UKM Barakuda di Pulau Payung, Kepulauan Seribu DKI Jakarta. Perancangan tersebut berupa pembuatan desain logo *brand* ikan peda dan pembuatan desain kemasan labeling ikan peda yang diproduksi oleh UKM Barakuda Pulau Payung. Pembuatan desain tersebut secara sistematis diawali dengan memahami, mengamati ikon atau ciri khas Sumber Daya Alam Pulau Payung, memvisualisasikan, mengevaluasi, dan yang terakhir adalah menerapkan kedalam desain logo brand ikan peda dan desain kemasan *labeling* ikan peda yang diproduksi oleh UKM Barakuda Pulau Payung.

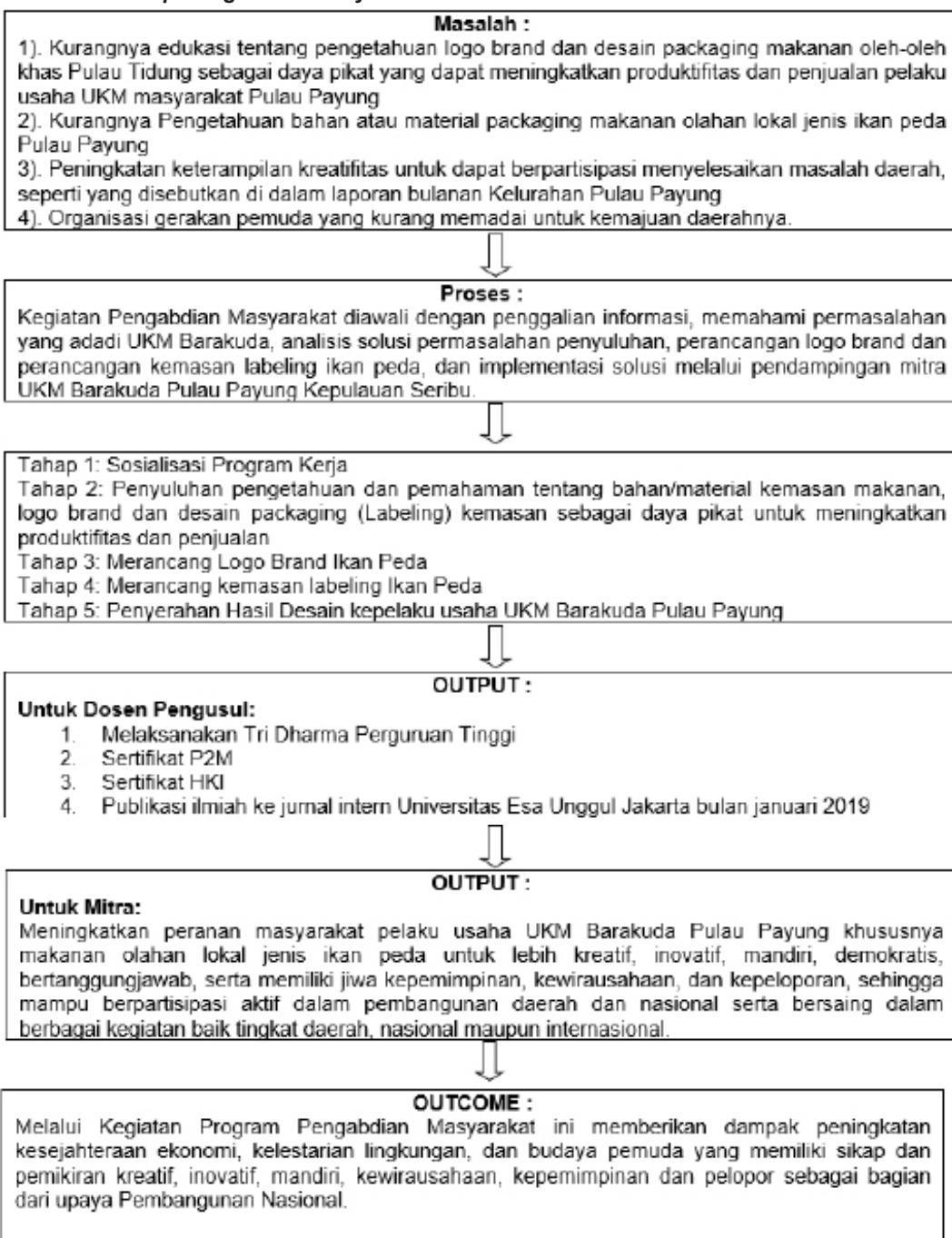
### **Produk/Barang**

Produk/Barang yang dihasilkan dari P2M Aplikasi Desain Labeling untuk Kemasan Makanan Olahan Lokal Jenis Ikan Peda UKM Barakuda di Pulau Payung, Kepulauan Seribu DKI Jakarta berupa desain kemasan labeling ikan peda UKM Barakuda Pulau Payung berukuran 10,5cm x 14,85cm, ditempel/diaplikasikan pada kemasan primer plastik berukuran 20cm x 30cm.

### **Metode Pelaksanaan**

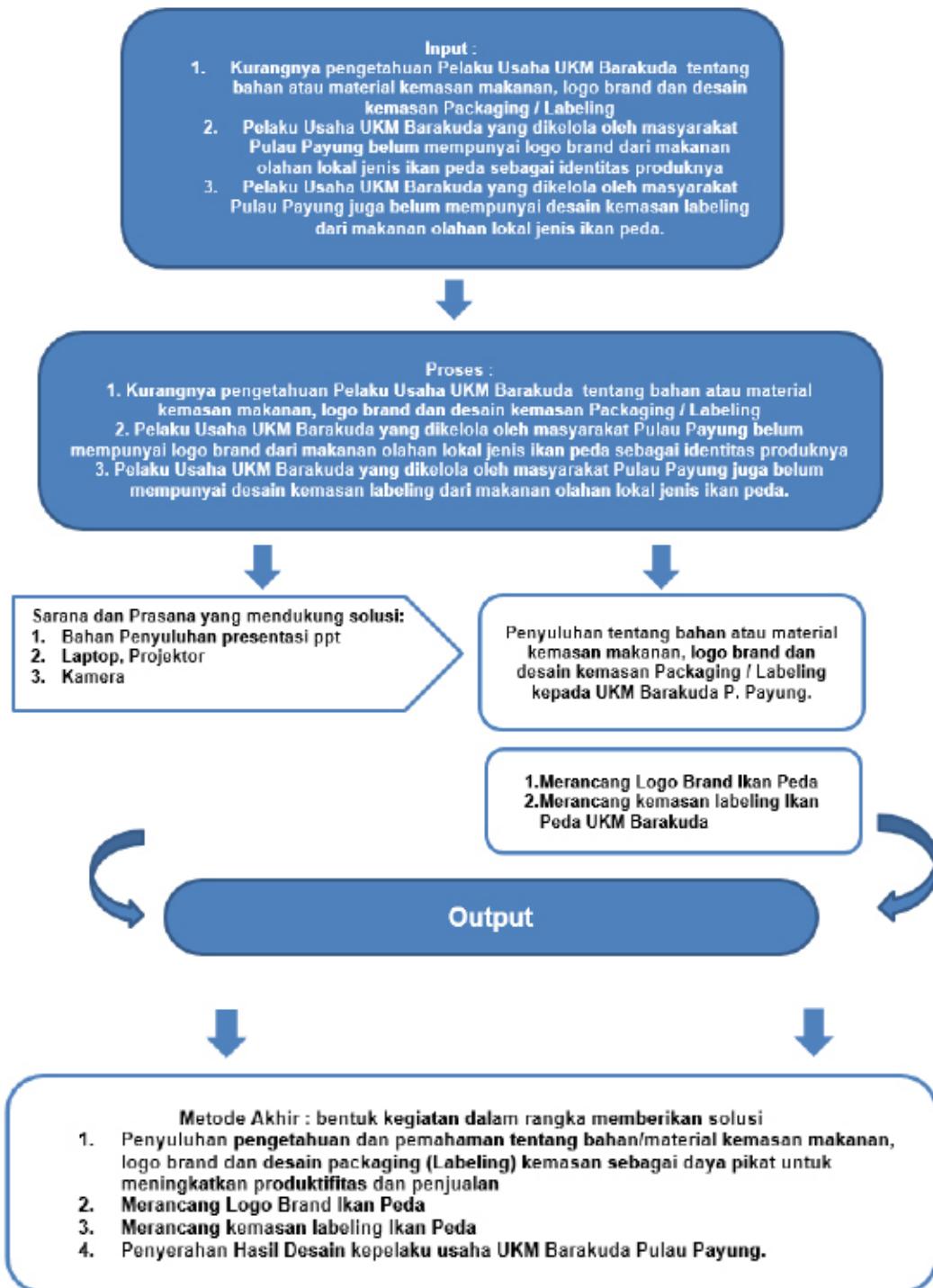
Kegiatan yaitu berupa PKM pada Aplikasi Desain *Labeling* untuk Kemasan Makanan Olahan Lokal Jenis Ikan Peda UKM Barakuda di Pulau Payung, Kepulauan Seribu DKI Jakarta.

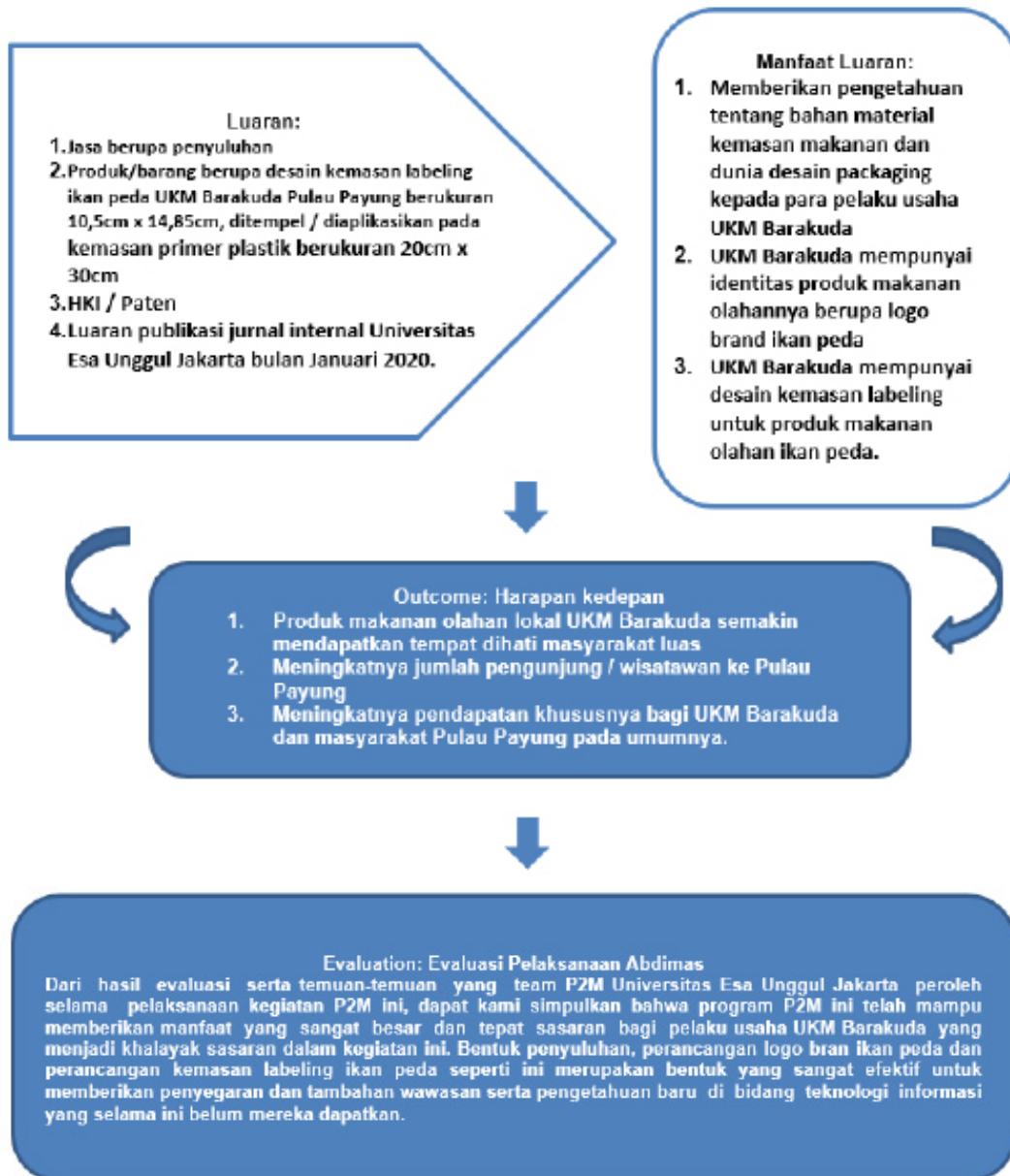
Tabel 1 RoadMap Pengabdian Masyarakat



### Gambaran IPTEKS yang Ditransfer

Ringkasan tentang keseluruhan kegiatan Abdimas: *Input-proses-output-outcome*, dan evaluasi Abdimas.

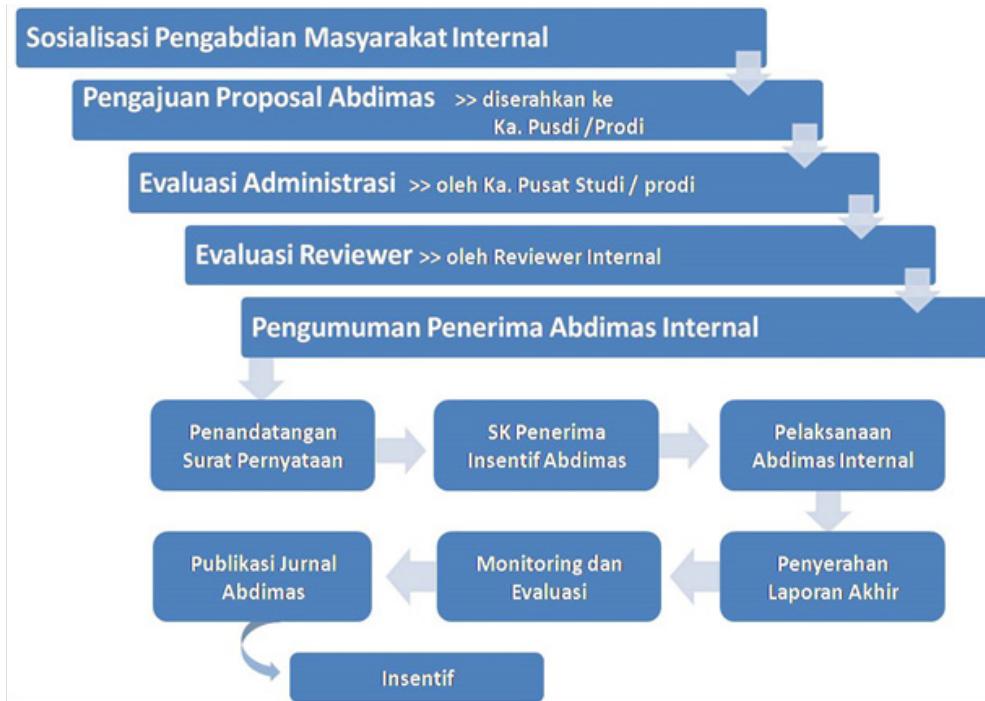




Gambar 3 Format Gambar IPTEKS yang Ditransfer ke Mitra. (Sumber: Team P2M Universitas Esa Unggul Jakarta, 2018)

### Roadmap

Roadmap yang diajukan “P2M Aplikasi Desain *Labeling* untuk Kemasan Makanan Olahan Lokal Jenis Ikan Peda UKM Barakuda di Pulau Payung, Kepulauan Seribu DKI Jakarta” sesuai skema dari DRPM Kemenristek Dikti Edisi XII Tahun 2018.



**Gambar 4 Ketentuan Pencantuman Roadmap Sesuai Skema Yang Diajukan. (Sumber: Team P2M Universitas Esa Unggul Jakarta, 2018)**

## PEMBAHASAN

Penyuluhan tentang pentingnya Logo *Brand* dan Desain Kemasan Labeling makanan olahan lokal jenis ikan peda kepada calon atau pelaku usaha UKM Barakuda di Pulau Payung yang akan ditargetkan pada HaKI, berupa laporan Publikasi ilmiah ke jurnal intern Universitas Esa Unggul Jakarta, Poster Pengabdian Masyarakat, dan Video Kegiatan.



**Gambar 5 Ketentuan Pencantuman Roadmap Sesuai Skema Yang Diajukan  
(Sumber: Team P2M Universitas Esa Unggul Jakarta, 2020)**

### Bentuk Kegiatan Abdimas

Pengabdian kepada Masyarakat bisa dilaksanakan dalam bentuk tertentu dan atau gabungan dari beberapa bentuk kegiatan, antara lain: penyuluhan, konsultasi, pelatihan keilmuan yang memberikan nilai tambah pengetahuan dan wawasan bagi masyarakat pelaku usaha UKM Barakuda di Pulau Payung.



**Gambar 6 Penyuluhan tentang pentingnya Logo Brand dan Desain Packaging (Labeling) makanan olahan lokal jenis ikan peda kepada pelaku usaha UKM Barakuda di Pulau Payung.**

(Sumber: Team P2M Universitas Esa Unggul Jakarta, 2020)

### Hibah Teknologi Tepat Guna bagi Masyarakat

mempresentasikan proses perancangan logo brand sampai perancangan labeling kemasan makanan olahan lokal jenis ikan peda kepada pelaku usaha UKM Barakuda di Pulau Payung.



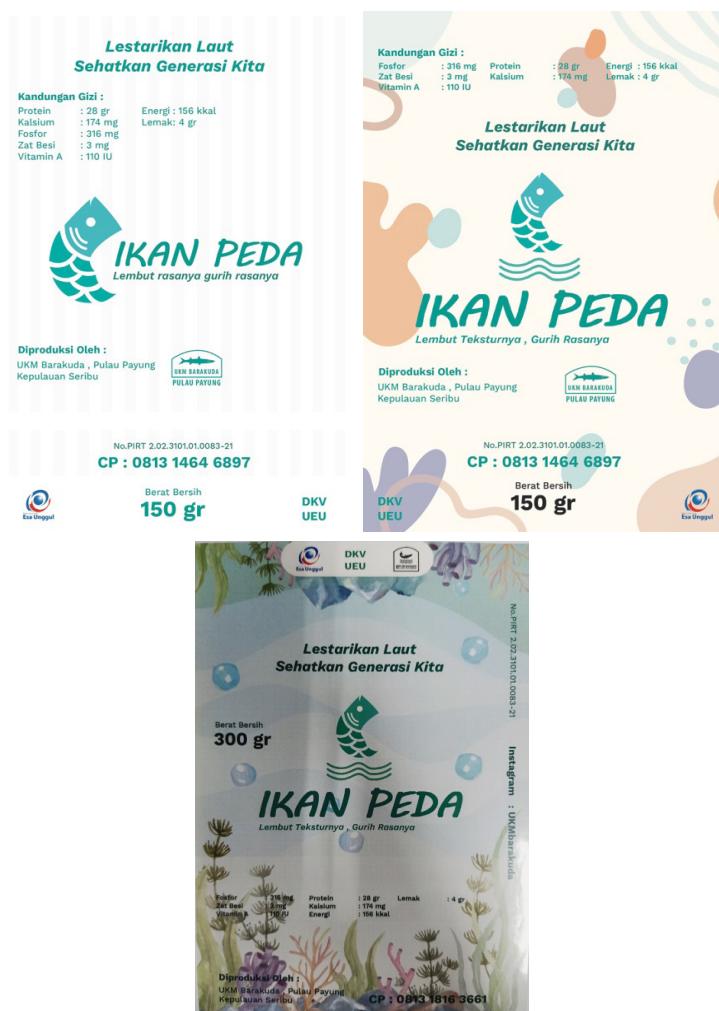
**Gambar 7 Presentasi tentang proses perancangan logo brand sampai perancangan labeling kemasan makanan olahan lokal jenis ikan peda kepada pelaku usaha UKM Barakuda di Pulau Payung. (Sumber: Team P2M Universitas Esa Unggul Jakarta, 2020)**

## Penyusunan Sistem Informasi dan Teknologi Lain yang Dibutuhkan Masyarakat,



Gambar 8 Desain Logo Brand Alternatif yang dibuat oleh Team P2M Universitas Esa Unggul Jakarta untuk makanan olahan lokal jenis ikan peda kepada calon atau pelaku usaha UKM Barakuda di Pulau Payung. (Sumber: Team P2M Universitas Esa Unggul Jakarta, 2020)

### Uji Kompetensi Keahlian Masyarakat



Gambar 9 Tiga Desain Kemasan Labeling Ikan Peda Alternatif.  
(Sumber: Team P2M Universitas Esa Unggul Jakarta, 2020)

### **Survei serta Analisis Kebutuhan Masyarakat Sasaran**

kegiatan pemilihan desain kemasan labeling makanan olahan lokal jenis ikan peda kepada pelaku usaha UKM Barakuda di Pulau Payung.



**Gambar 10 Proses pemilihan Desain Kemasan Labeling dari 3 Desain Kemasan Labeling Ikan Peda Alternatif. (Sumber: Team P2M Universitas Esa Unggul Jakarta, 2020)**

### **Kegiatan-Kegiatan Lain yang Menyelesaikan Persoalan Masyarakat Sasaran dengan Memanfaatkan IPTEKS**

atau sumber daya lainnya melalui metode serta sistem yang dikuasai pelaksananya;

- a. Desain Logo Brand Ikan Peda Terpilih



**Gambar 11 Desain Logo Brand Ikan Peda Terpilih.  
(Sumber: Team P2M Universitas Esa Unggul Jakarta, 2020)**

- b. Desain Kemasan Labeling Ikan Peda Terpilih



**Gambar 12 Desain Kemasan Labeling Ikan Peda Terpilih.  
(Sumber: Team P2M Universitas Esa Unggul Jakarta, 2020)**



**Gambar 13 Aplikasi Desain Kemasan Labeling Ikan Peda Terpilih.**  
(Sumber: Team P2M Universitas Esa Unggul Jakarta, 2020)



**Gambar 14 Foto bersama Ibu-ibu Anggota UKM Barakuda Pulau Payung dengan Team P2M Universitas Esa Unggul Jakarta. (Sumber: Team P2M Universitas Esa Unggul Jakarta, 2020)**

## SIMPULAN & REKOMENDASI

### Kesimpulan

Sebuah karya seni apapun bentuknya tidak begitu saja hadir tercipta, Proses perancangan karya seni tersebut membutuhkan keterampilan/skill, kreatifitas, perenungan dan kemampuan analisis terhadap objek yang dijadikan acuan. Pergulatan tersebut menimbulkan berbagai kemungkinan bentuk-bentuk yang tidak pernah terpikirkan oleh kita, seperti Perancangan Logo Brand dan Perancangan Kemasan Packaging / Labeling makanan Olahan Lokal Jenis Ikan Peda Di Pulau

Payung, penulis banyak mendapatkan bentuk-bentuk yang sebelumnya tidak pernah terpikirkan, kemampuan untuk membuat stilasi terhadap objek acuan sangatlah diperlukan, pemilihan warna juga sangat penting, elemen desain yang tercipta sebaiknya tidak menghilangkan ciri khas dari objek yang dijadikan sebagai acuan yang ada di sekitar masyarakat atau wilayah Pulau Payung.

Berdasarkan Pelaksanaan Pengabdian Masyarakat langsung kelapangan, “PKM pada Aplikasi Desain Labeling untuk Kemasan Makanan Olahan Lokal Jenis Ikan Peda UKM Barakuda di Pulau Payung, Kepulauan Seribu DKI Jakarta” ini adalah untuk memberikan sebuah masukan dan menambah wawasan berupa:

Penyuluhan tentang pengetahuan logo *brand*, desain kemasan *Packaging / Labeling* dan bahan atau material kemasan makanan Olahan Lokal Jenis Ikan Peda Di Pulau Payung sebagai daya pikat yang dapat meningkatkan produktifitas dan penjualan pelaku usaha UKM Barakuda yang dikelola oleh masyarakat Pulau Payung.

Perancangan logo *brand* dari makanan olahan lokal jenis ikan peda sebagai identitas agar masyarakat mengetahui dan mengenal produk makanan olahan lokal jenis ikan asli yang dihasilkan oleh UKM Barakuda dari Pulau Payung sebaiknya menyajikan elemen-elemen desain berupa simbol/icon yang ada di masyarakat atau wilayah Pulau Payung.

Membuat desain kemasan labeling dari makanan olahan lokal jenis ikan peda sebagai daya pikat untuk mempromosikan dan sekaligus meningkatkan penjualan makanan olahan lokal jenis ikan peda yang dihasilkan oleh UKM Barakuda Pulau Payung sebaiknya memakai simbol berupa tanda, baik tanda verbal maupun tanda visual harus menyiratkan dan mempunyai filosofis yang diambil dari kearifan lokal sebagai bentuk menjaga dan upaya pelestarian Seni dan Kebudayaan.

### **Rekomendasi**

Sehubungan dengan Pelaksanaan Pengabdian Masyarakat langsung kelapangan, “PKM pada Aplikasi Desain Labeling untuk Kemasan Makanan Olahan Lokal Jenis Ikan Peda UKM Barakuda di Pulau Payung, Kepulauan Seribu DKI Jakarta” ini saran yang dapat penulis berikan adalah sebagai berikut.

1. Penyuluhan tentang pengetahuan logo *brand*, desain kemasan *Packaging / Labeling* dan bahan atau material kemasan makanan Olahan Lokal Jenis Ikan Peda Di Pulau Payung kepada para pelaku UKM Barakuda sebaiknya dalam menyampaikan materi penyuluhan menggunakan bahasa sehari-hari, tidak terlalu banyak menggunakan bahasa istilah (Bahasa Ilmiah / Bahasa Inggris) dan sebaiknya diselingi dengan lelucon-lelucon yang segar agar proses penyampaian materi mudah dicerna dan mudah dimengerti.
2. Untuk Merancang logo *brand* dari makanan olahan lokal jenis ikan peda produk makanan olahan lokal jenis ikan asli yang dihasilkan oleh UKM Barakuda dari Pulau Payung sebaiknya menyajikan elemen-elemen desain berupa simbol/icon dan warna yang ada di masyarakat atau wilayah Pulau Payung, merupakan hal terpenting dan perlu dipertimbangkan dengan cermat

karena simbol/ikon dan warna mempunyai makna sebagai identitas khas dan eksistensi dari sebuah daerah.

3. Pemakaian tanda, baik tanda verbal maupun tanda visual dari Perancangan Kemasan *Packaging / Labeling* sebaiknya menyiratkan dan mempunyai filosofis yang diambil dari kearifan lokal sebagai bentuk menjaga dan upaya pelestarian Seni dan Kebudayaan.
4. Program Pengabdian Masyarakat “PKM pada Aplikasi Desain Labeling untuk Kemasan Makanan Olahan Lokal Jenis Ikan Peda UKM Barakuda di Pulau Payung, Kepulauan Seribu DKI Jakarta” ini sangat menarik dan menantang, program ini merupakan wujud nyata pengabdian kita sebagai tenaga pengajar untuk memberikan manfaat kepada masyarakat pelaku UKM, kegiatan ini harus terus berkesinambungan dan seharusnya pemerintah mengalokasikan dana lebih untuk memajukan UKM yang ada di daerah yang sangat sulit untuk dijangkau.

#### **DAFTAR PUSTAKA**

- Aryunda, Hanny. 2011. Dampak Ekonomi Pengembangan Kawasan Ekowisata Kepulauan Seribu. Jurnal Perencanaan Wilayah dan Kota, Vol. 22 No. 1, April 2011, hlm.1 – 16.
- Grohmann, B., Giese, J. L., & Parkman, I. D. (2012). Using type font characteristics to communicate brand personality of new brands. Journal of Brand Management, 20(5), 389-403.
- Haekal Fauzan, Yulia Asyiawati. 2016. Arahan Pengelolaan Sumberdaya Alam Secara Berkelanjutan di Pulau Pramuka Kepulauan Seribu DKI Jakarta. Prosiding Perencanaan Wilayah dan Kota. ISSN: 2460-6480 Volume 2, No.2, Tahun 2016
- Hartono, Hari. 1974. Perkembangan Pariwisata, Kesempatan Kerja, dan Permasalahannya. Prisma No. 1
- <https://www.republika.co.id/berita/nasional/umum/17/11/05/oyxhm6368-gerakan-1000-upaya-dorong-ekonomi-di-kepulauan-seribu>.
- Iskandariansyah, M. 2013. Analisis Model Bisnis Ekowisata di Pulau Pramuka Kepulauan Seribu dengan Pendekatan Business Model Canvas (Tesis). IPB, Bogor.
- Karniol, R. (2011). The color of children's gender stereotypes. Sex Roles, 65(1-2), 119-132.
- Tim PPM Manajemen. 2012. Business Model Canvas: Penerapan di Indonesia. Penerbit PPM Jakarta.
- Yumeldasari. 2018. Pemberdayaan Masyarakat Dalam Upaya Meningkatkan Kesejahteraan Hidup Pedagang Makanan Oleh-Oleh di Pulau Pramuka. Jurnal Komunikologi, Universitas Esa Ungguk, Vol. 15, No.1, Maret 2018.

