

LAPORAN PENGABDIAN MASYARAKAT SOSIALISASI DESAIN KOMUNIKASI VISUAL DALAM MENINGKATKAN STRATEGI MARKETING KOMUNIKASI PADA PRODUK KOMUNITAS BABY CAFÉ DI DESA PANGGANG KLATEN

Thibuburuhany¹, Chandra Rio Himawan², Alief Nafrizal Al Karim³, Aulia Rizkyka Azzahra⁴, Eldhea Verenisa Kristy⁵, M. Sidiq Setiawan⁶, Fendy Fahrozi⁷, Bella Tiara Kusuma⁸, Ari Putri Utami⁹, Suseno Nugroho¹⁰, Dina Salsabila¹¹
thibuburuhany@mercubuana-yogya.ac.id¹, chandrario418@gmail.com²,
nafrizal.23@gmail.com³, 210710108@student.mercubuana-yogya.ac.id⁴,
eldheaverenisak@gmail.com⁵, sidiqsetia13@gmail.com⁶, fendyfahrozi@gmail.com⁷,
hi.bellatiara@gmail.com⁸, ariputriu@gmail.com⁹, susenonugroho13041997@gmail.com¹⁰,
dina.salsabila24@gmail.com¹¹

Universitas Mercu Buana Yogyakarta

ABSTRAK

Stunting adalah kondisi gagal pertumbuhan pada anak akibat kekurangan gizi kronis pada masa penting pertumbuhan, terutama dari dalam kandungan hingga usia 2 tahun. Hal ini disebabkan oleh nutrisi yang tidak mencukupi untuk mendukung pertumbuhan fisik dan perkembangan otak yang optimal. Anak yang mengalami stunting umumnya memiliki tinggi badan lebih pendek dari yang seharusnya untuk usianya, yang sulit untuk diperbaiki. Penyebab stunting meliputi asupan gizi yang tidak memadai, kesehatan ibu yang buruk, praktik pemberian makan yang tidak tepat, dan lingkungan yang tidak mendukung. Di DIY, angka stunting mengalami penurunan dari 21,46% menjadi 16,4%, menunjukkan peningkatan kesadaran dalam pencegahan stunting. Faktor stunting meliputi kekurangan gizi, pola makan yang tidak memadai, dan masalah kesehatan ibu selama kehamilan. Peran Baby Cafe dalam pencegahan stunting termasuk menyediakan menu beragam untuk mempertahankan gizi yang seimbang, didukung oleh teknologi dan media sosial untuk promosi. Di Kabupaten Klaten, Baby Cafe berusaha menanggulangi stunting dengan menyediakan makanan sehat untuk ibu hamil dan balita, namun menghadapi kendala dalam pemasaran dan pengemasan produk. Kurangnya pemahaman tentang strategi komunikasi visual dan pemasaran di media sosial menjadi tantangan utama. Dibutuhkan pendekatan baru untuk meningkatkan daya serap produk dari Baby Cafe melalui sosialisasi pemahaman tentang desain komunikasi visual dan kolaborasi dengan pihak yang kompeten.

Kata Kunci: Stunting, Baby Cafe, Gizi.

PENDAHULUAN

A. Analisis Situasi dan Kondisi Mitra

Stunting adalah kondisi gagal pertumbuhan pada anak yang disebabkan oleh kekurangan gizi kronis pada periode penting pertumbuhan mereka, terutama dari masa dalam kandungan hingga usia 2 tahun. Kondisi ini terjadi ketika anak tidak mendapatkan nutrisi yang cukup untuk mendukung pertumbuhan fisik dan perkembangan otak yang optimal. Akibatnya, anak yang mengalami stunting biasanya memiliki tinggi badan lebih pendek dari yang seharusnya untuk usianya (dibawah standar WHO), dan ini merupakan masalah yang sulit atau tidak mungkin untuk diperbaiki. Kondisi ini umumnya disebabkan oleh asupan gizi yang tidak memadai, baik dalam jumlah maupun jenisnya, serta oleh faktor-faktor lain seperti kesehatan ibu yang buruk, praktik pemberian makan yang tidak tepat, dan lingkungan yang tidak mendukung. Berdasarkan jogjaprovo.go.id dalam beberapa tahun silam angka stunting di DIY terus menurun dari 21,46% menjadi 16,4%. Angka ini menunjukkan bahwa ada peningkatan dan kesadaran orang tua dalam mencegah terjadinya

stunting pada anak.

Faktor dari stunting sendiri ada beberapa macam seperti kekurangan gizi, anak-anak yang tidak mendapatkan asupan gizi yang cukup, terutama protein, energi, dan zat-zat gizi penting lainnya seperti vitamin dan mineral, rentan mengalami stunting. Kekurangan gizi ini dapat terjadi karena pola makan yang tidak memadai, makanan yang tidak berkualitas, atau masalah aksesibilitas terhadap makanan bergizi. Kesehatan ibu juga dapat mempengaruhi, selama kehamilan memiliki dampak besar terhadap pertumbuhan janin di dalam kandungan. Kondisi kesehatan yang buruk pada ibu, kekurangan gizi pada ibu, dan infeksi selama kehamilan dapat menghambat pertumbuhan janin dan meningkatkan risiko stunting pada anak setelah lahir. Tidak hanya itu cara memberi makan yang tidak tepat, seperti memberi makan terlalu sedikit, terlalu sering memberi makanan padat, atau tidak memberikan makanan tambahan yang dibutuhkan (seperti makanan pendamping ASI pada waktu yang tepat), dapat mengganggu pertumbuhan anak secara negatif.

Salah satu penyebab terjadinya stunting adalah adanya kurang kesadaran dari orang tua untuk memberikan gizi yang sesuai dan seimbang. Maka dari itu Baby Cafe memiliki peran yang penting dalam proses pencegahan stunting. Baby Cafe sendiri memiliki beberapa jenis menu yang bervariasi agar para konsumen tidak merasa bosan dengan mempertahankan gizi yang sesuai. Dalam prosesnya tentu akan melibatkan teknologi sebagai salah satu sarana yang digunakan sebagai media promosi Baby Cafe. Dalam hal ini, para anggota Baby Cafe telah memiliki beberapa pelanggan dari penggunaan sosial media.

Penggunaan teknologi dalam pemasaran produk telah menjadi semakin penting dan beragam seiring dengan perkembangan teknologi informasi dan komunikasi (TIK). Penggunaan media sosial untuk promosi produk telah menjadi salah satu strategi pemasaran yang paling penting dan efektif dalam era digital saat ini (Baskoro.2020) . Salah satu keunggulannya adalah jangkauan yang luas dan aksesibilitas yang mudah. Terdapat juga keunggulan lainnya seperti interaksi langsung dan keterlibatan antara audiens dan pemilik.

B. Permasalahan mitra

Pertumbuhan angka stunting di daerah Kabupaten Klaten telah diposisi cukup tinggi sehingga perlu adanya tindakan khusus untuk bisa menyelesaikan persoalan ini dengan cepat, salah satu komunitas yang peduli terhadap situasi ini adalah baby café yang terdapat di Desa Panggang Klaten. Dengan terus mengupayakan asupan makan yang sehat komunitas ini memiliki beberapa visi untuk bisa menekan angka stunting yang ada di Kabupaten Klaten. Dengan berupaya terus melakukan tindakan nyata berupa pengolahan makanan sehat bagi ibu hamil dan anak – anak balita usia dini untuk tetap ikut program pengelolaan gizi yang baik.

Namun pada faktanya komunitas baby café ini masih memiliki kendala dalam hal pengemasan dan pemasaran produk kepada target konsumen, sehingga dalam aktivitasnya produk dari baby café ini belum terserap secara baik oleh masyarakat sekitar , terkhusus daerah kabupaten Klaten. Hal ini disebabkan karena minimnya pemahaman tentang strategi komunikasi visual yang belum maksimal, dan belum adanya perhatian tentang pemasaran produk yang baik pada platform media sosial yang mereka miliki (Dwicahyani 2022) Oleh karena itu perlu adanya penyegaran pendekatan dalam mengantisipasi adanya kurangnya daya serap produk dari baby café

Sosialisai terkait pemahaman komunikasi desain visual ini diharapkan dapat membantu menyelesaikan persoalan pemasaran product komunitas baby café , karena dalam aktivitasnya nanti kegiatan ini akan melakukan kegiatan belajar bersama baik secara narasi maupun teknis dengan melibatkan beberapa pihak yang kompeten di bidang

desain komunikasi visual, sehingga nantinya ibu – ibu kader dari komunitas baby café ini bisa secara mandiri melakukan pengemasan dan promosi produk makanan sehat mereka secara kreatif dan inovatif.

Sosialisasi yang dilakukan diharapkan dapat menjadi forum diskusi juga untuk menampung kritik dan saran yang membangun terkait dengan seluruh proses kegiatan pengabdian masyarakat yang telah dilakukan serta terkait kualitas penyajian materi yang telah disampaikan (Saifuloh,2021). Sehingga dapat membangun komunitas Ibu-ibu dari Baby Cafe dan juga mahasiswa dari UMBY.

METODE PENELITIAN

A. Metode Pelaksanaan

Kegiatan ini nantinya akan dilakukan secara langsung di Gedung serba guna di desa Panggang Kabupaten Klaten, dengan waktu pelaksanaan dalam kurun waktu 120 menit dengan deskripsi kegiatan sebagai berikut :

1. Sosialisasi pentingnya pemanfaatan desain komunikasi visual dalam meningkatkan daya tarik dan beli dari konsumen terhadap ibu – ibu kader Baby Café yang akan diselenggarakan pada hari Minggu 23 Juni 2024 pukul . 08.00 – 10.00 WIB
2. Kegiatan sharing dengan konsep FGD mengenai proses packaging , foro produk , pembuatan Konten promosi, dan strategi pemasaran yang mendasar dimulai pukul 08.30 – 09.30

B. Proses Pra Pelaksanaan

Untuk dapat memberikan dukungan dalam proses kegiatan PPM ini maka akan diperseiapkan beberapa hal terlebih dahulu yang dapat memberikan kemudahan dalam melaksanakan kegiatan sosialisasi

1. Menyiapkan ruangan dengan setting layout yang nyaman, LCD, Audio, Kursi dan Media belajar
2. Menyiapkan media Paper bowl sebagai tempat plating produk
3. Menyiapkan Stiker produk yang digunakan untuk pengaturan layout packaging
4. Menyiapkan device untuk melakukan kegiatan produksi konten
5. Mengundang Ibu – ibu kader Baby Café ke Lokasi yang telah disiapkan

C. Proses Pelaksanaan kegiatan (Sharing season & praktek desain grafis by Canva)

Pada saat pelaksanaan kegiatan pengabdian masyarakat pemahaman desain komunikasi visual akan melakukan beberapa tindakan antara lain

- a. Membereikan tempat untuk Ibu – ibu kader Baby Café yang nyaman selama mengikuti kegiatan berlangsung
- b. Memberikan kesempatan untuk belajar bersama terkait desain komunikasi visual, mulai dari perencanaan, persiapan, produksi, publikasi, dan pemasaran produk
- c. Kegiatan FGD yang dibagi menjadi beberapa sektor mulai dari packaging, produksi konten, dan strategi pemasaran
- d. Memberikan kesempatan bagi ibu – ibu kader baby café untuk melakukan tindakan teknis secara langsung

Pengabdian masyarakat dengan tema pemahaman dan sosialisasi desain komunikasi visual dalam meningkatkan strategi marketing komunikasi pada komunitas baby café desa Panggang kabupaten Klaten ini memiliki tujuan untuk mengenalkan kepada ibu – ibu kader komunitas baby café desa panggang terkait strategi mekrting komunikasi berbasis digital, yang nantinya diharapkan dapat memberikan daya tarik yang besar bagi masyarakat umum terkait pengenalan produk bubur sehat yang semua bahannya menggunakan bahan hasil dari alam, selain itu terdapat kegiatan teknis yang dilakukan secara bersama yaitu

melakukan desain grafis menggunakan software canva , sehingga dapat memberikan alternatif ide dalam memproduksi konten kreatif terkusus untuk kebutuhan promosi dari komunitas baby café desa Panggang Kabupaten Klaten

Lalu untuk kegiatan teknis praktek pembuatan desain grafis ibu – ibu baby café dikoordinasi secara langsung untuk belajar kemudian praktek untuk membuat desain konten dengan dasar ide kreatif ibu – ibu baby café, muai dari pemilihan warna dasar,tools, elemen konten, layout desain, dan deskripsi desain semua dikerjakan secara bersamaan, sehingga memicu antusias ibu ibu untuk berkompetisi dalam memvisualisasikan ide kreatif mereka kedalam sebuah konten media sosial, kegiatan ini dilakukan untuk bisa menambah pengetahuan kepda ibu – ibu kader babay café dalam memproduksi konten di media sosial supaya lebih informatif,kreatif dan inovatif

D. Pasca Pelaksanaan Kegiatan

Setelah melakukan serangkaian kegiatan pengabdian masyarakat, maka akan dilakukan monitoring hhasil dari proses pencapaian kegiatan yang dapat dilihat melalui seberapa jauh daya serap ibu – ibu kader baby café dalam melakukan praktek sosialisasi pemahaman desain komunikasi visual untuk meningkatkan penjualan pada produk baby café, terkusus di daerah kabupaten Klaten dan Sekitarnya, Dengan ikut Berpartisipasi pada kegiatan ini ,aka ibu -ibu dan penyelenggara sudah belajar menumbuhkan sikap kolaborasi yang baik, dalam upaya mencapai kepentingan bersama, Disisi lain setelah dilakukannya kegiatan ini akan segera dilakukan evaluasi terhadap seluruh partisipan baik secara SDM maupun teknis apakah masih ada yang perlu diperbaiki secara intens atau tidak , dengan harapan kegiatan ini bisa digunakan untuk ibu – ibu kader Bbay Café dalam mengembangkan usaha dan mendukung penurunan angka Stanting di kabupaten Klaten

HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Hasil Pelaksanaan Kegiatan

Kegiatan pengabdian masyarakat dengan tema pemahaman dan sosialisasi desain komunikasi visual dalam meningkatkan strategi marketing komunikasi pada komunitas baby café desa Panggang kabupaten Klaten ini memiliki tujuan untuk bisa memberikan kesempatan bagi ibu – ibu kader dari babay café dalam meningkatkan potensi produksi konten untuk meningkatkan daya tarik masyarakat sekitar secara kreatif dan inovatif, Kegiatan pemahaman dan sosialisasi ini dikemas menjadi forum diskusi casual dengan memanfaatkan kekuatan berpikir ibu – ibu dalam mengembangkan potensi kreatif mereka, sehingga setelah adanya kegiatan pengamdian masyarakat ini nanti, Ibu – ibu kader Baby café dapat memiliki kemandirian yang kuat dalam mengelola bisnis mikro yang telah berkembang di desa Panggang ini. Bukti kegiatan bersama anggota Baby Cafe Bintang Sehat dapat dilihat pada gambar 1.



Gambar 1. Kegiatan Pemahaman dan Sosialisasi bersama anggota Baby Cafe Bintang Sehat di Desa Panggang.



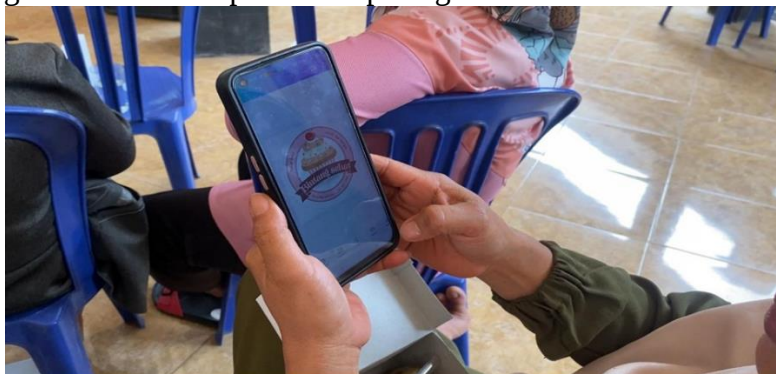
Gambar 2. Kegiatan penyerahan simbolis berupa cup bubur beserta stiker Baby Cafe Bintang Sehat bersama Ibu Ayu Murniati selaku Ketua Paguyuban Baby Cafe.

Kegiatan ini menggunakan metode sharing dan tanya jawab sehingga dalam setiap materi yang disampaikan langsung dapat ditanyakan jika terdapat ibu-ibu yang merasa ingin tahu lebih dalam. Kegiatan tersebut dapat dilihat pada gambar 3.



Gambar 3. Kegiatan penyampaian informasi seputar marketing dan DKV bersama anggota Baby Cafe Bintang Sehat

Dari kegiatan penyampaian materi yang disampaikan oleh team kami, anggota Baby Cafe kami arahkan untuk langsung mengunduh aplikasi Canva sebagai media yang digunakan dalam proses pembuatan konten digital yang mampu menarik lebih banyak pelanggan. Kegiatan tersebut dapat dilihat pada gambar 4.



Gambar 4. Proses anggota Baby Cafe Bintang Sehat dalam membuat konten pada aplikasi Canva sebagai konten promosi digital..

Kegiatan pengabdian masyarakat ini nantinya juga melibatkan beberapa tokoh masyarakat desa Panggang dan ibu – ibu kader Baby café yang berperan sebagai mitra kegiatan , serta beberapa perwakilan dari mahasiswa yang memiliki potensi besar dalam ranah desain komunikasi visual, yang nantinya dapat dilakukan transfer pengetahuan kepada ibu – kader Baby Café dalam mengelola dan manajemen marketing dengan potensi yang lebih baik lagi.

B. Target Luaran kegiatan PPM

Target luaran dari kegiatan pengabdian masyarakat pemahaman dan sosialisasi desain komunikasi visual dalam meningkatkan strategi marketing komunikasi pada komunitas baby café desa Panggang kabupaten Klaten ini nantinya akan diajukan ke beberapa media lokal Yogyakarta, namun pada saat dilakukan proses penulisan laporan ini, dari pihak pelaksana baru melakukan pencarian informasi mediarelation yang nantinya bisa meliput dan mempublikasi kegiatan pengabdian masyarakat ini (on progress)

KESIMPULAN

Kegiatan pengabdian masyarakat ini merupakan langkah aktif antara mahasiswa dan ibu – ibu kader dari baby café dalam mendukung program pemerintah terkait penurunan angka stantting di daerah kabupaten Klaten. Dimana kondisi awalnya komunitas baby café ini memiliki produk makanan sehat yang masih belum secara maksimal dalam melakukan penyerapan produk terhadap konsumen. Dengan adanya kegiatan pengabdian ini diharapkan dapat memberikan kesempatan bagi siapapun yang terlibat untuk bisa belajar dan mengembangkan pengetahuan tentang desain komunikasi visual dan strategi marketing komunikasi, serta bisa dijadikan langkah awal bagi ibu – ibu kader baby café dalam mengenal dan memahami perkembangan dan pemanfaatan jaringan perangkat digital dan seluruh dampaknya yang nantinya akan bermanfaat bagi diri secara personal maupun kelompok besar

Saran

Bagi kegiatan pengabdian masyarakat kedepannya diharapkan mampu untuk terus melakukan pengembangan potensial dan pengetahuan secara konsisten , supaya antusias yang dimiliki oleh ibu – ibu kader baby café tetap bisa terfasilitasi dengan baik, serta bisa melakukan kolaborasi dengan beberapa dinas maupun media publikasi terkait, supaya kegiatan pengembangan pengetahuan melalui pengabdian masyarakat ini bisa terus berkembang dan berjalan secara konsisten. Dengan demikian diharapkan seluruh ibu – ibu kader dari baby café dapat menyalurkan pengetahuannya kepada rekan atau masyarakat sekitar, supaya potensi terkait desain komunikasi kreatif dan marketing komunikasi dapat terserap oleh masyarakat secara luas.

DAFTAR PUSTAKA

- Baskoro, M. L. (2020). Penggunaan PESO Model Dalam Perancangan Strategi Online Marketing Untuk Program Studi Desain Komunikasi Visual. *Titik Imaji*, 3(1).
- Dwicahyani, A. R., Radityaningrum, A. D., Novianarenti, E., & Ningsih, E. (2022). Peningkatan Pengelolaan Bank Sampah melalui Program Pengabdian kepada Masyarakat di Bank Sampah Wilayah Simojawar. *Jurnal Pengabdian Masyarakat dan aplikasi Teknologi (Adipati)*, 1(1), 22-29.
- Saifulloh, M., & Lazuardi, M. F. (2021). Manajemen kampanye public relations dalam sosialisasi program tanggap covid-19. *Jurnal Pustaka Komunikasi*, 4(1), 53-65.