

# Penerapan Logo Kemasan dan Pemanfaatan Media Sosial Instagram pada Pengerajin Dupa Sinar Dewa di Banjar Perang Desa Lukluk Badung-Bali

Made Liandana<sup>1\*</sup>, Made Agus Wirahadi Putra<sup>2</sup>, I Gusti Ngurah Aryanatha Ari Wijaya Putra<sup>3</sup>

<sup>1,2,3</sup>Institut Teknologi dan Bisnis (ITB) STIKOM Bali

<sup>1\*</sup>liandana@stikom-bali.ac.id, <sup>2</sup>wirahadi@stikom-bali.ac.id, <sup>3</sup>aryanathaa@gmail.com

## Abstrak

Kebutuhan penggunaan dupa yang tinggi membuka peluang bisnis bagi masyarakat di Bali untuk membuka usaha pembuatan dupa. Salah satu pengerajin dupa yang ada di Banjar Perang desa Lukluk memberikan nama produk dupanya dengan nama Sinar Dewa. Produk dupa Sinar Dewa ini merupakan usaha rumahan yang dirintis oleh Nengah Sudana. Dupa hasil produksi yang telah memiliki aroma dikemas dalam plastik dan diberikan label berupa kertas. Terdapat permasalahan yang dihadapi oleh mitra, permasalahan pertama label yang disematkan pada kemasan tersebut belum memiliki ciri yang kuat jika dibandingkan dengan produk dupa lainnya karena hanya berupa tulisan saja. Permasalahan berikutnya, potensi pasar dupa yang begitu luas, memotivasi mitra untuk memanfaatkan potensi pasar tersebut agar produknya dapat dikenal lebih luas. Solusi yang ditawarkan dari permasalahan tersebut yaitu: membuatkan *design* logo pada kemasan produk dupa sehingga memiliki ciri pembeda dibandingkan dengan produk dupa lainnya dan membuatkan media sosial Instagram. Dari hasil kegiatan menunjukkan mitra telah mampu memasang logo pada kemasan dupa dan mitra juga telah mampu mem-*posting* sejumlah produk dupa ke Instagram.

**Kata Kunci:** *dupa, logo kemasan, Instagram*

## Pendahuluan

Badan Pusat Statistik mencatat jumlah umat Hindu di Bali pada tahun 2010 mencapai 3.247.283 jiwa yang tersebar di 9 kabupaten/kota (BPS, 2010). Pemeluk agama Hindu di Bali menggunakan dupa sebagai sarana utama untuk melaksanakan persembahyangan. Jumlah umat Hindu yang mencapai 3 juta tentu akan berpengaruh pada penggunaan dupa. Hampir setiap hari dupa digunakan untuk persembahyangan, biasanya penggunaan dupa akan meningkat menjelang perayaan hari raya agama Hindu.

Kebutuhan penggunaan dupa yang tinggi membuka peluang bisnis bagi masyarakat di Bali untuk membuka usaha pembuatan dupa. Salah satu pengerajin dupa yang ada di Banjar Perang, desa Lukluk, kecamatan Mengwi Badung-Bali memberikan nama produk dupanya dengan nama Sinar Dewa. Produk dupa Sinar Dewa ini merupakan usaha rumahan yang dirintis mulai tahun 2015 oleh bapak Nengah Sudana. Untuk memproduksi dupa calon mitra bapak Nengah Sudana dibantu oleh seorang karyawan

<https://madaniya.pustaka.my.id/journals/contents/article/view/16>

yang bertugas memproses dupa mentah menjadi dupa yang sudah siap pakai, proses dilakukan mulai dari mencelup bahan mentah ke dalam minyak esensial, mengeringkan, hingga mengemas, seperti ditunjukkan pada Gambar 1.



**Gambar 1** Proses Pengemasan Dupa Sinar Dewa

Aroma dupa yang dibuat oleh mitra ini ada berbagai macam, seperti aroma: cendana, cempaka, mawar, jempiring, hingga aroma yang unik yang merupakan ciri khas dari produk Sinar Dewa ini. Dupa jadi yang telah memiliki aroma tersebut dikemas dalam plastik dan diisikan label berupa kertas di dalamnya. Label tersebut bertuliskan “SINAR DEWA” seperti ditunjukkan pada Gambar 2. Jika melihat produk dupa yang beredar di pasaran, umumnya kemasan dupa berisi identitas pembuat berupa tulisan dan logo seperti contoh produk dupa lain yang ditunjukkan pada Gambar 3, tulisan dan logo tersebut tentunya bertujuan sebagai ciri pembeda dengan produk dupa lainnya. Mitra berharap adanya logo yang disematkan pada kemasan dupa Sinar Dewa seperti produk dupa yang ada di pasaran lainnya sehingga memiliki ciri pembeda.



**Gambar 2** Produk Dupa Sinar Dewa



(a) Dupa Mahadewa (Toko Gayatri, n.d.)



(b) Dupa Gayatri (Shop, n.d.)



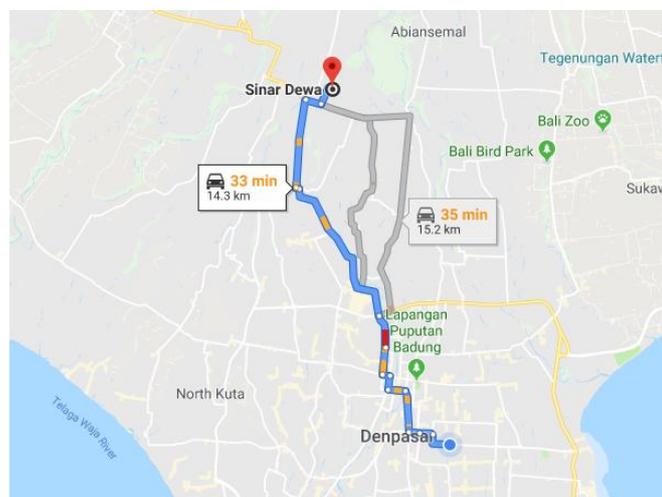
(c) Dupa Gopala (Gayatri, n.d.)

**Gambar 3** Dupa Produk Lain yang telah memiliki logo kemasan

Produk dupa yang telah dikemas oleh mitra diserahkan ke pasar tradisional dan toko langganannya, biasanya dupa didistribusikan setiap minggu. Rata-rata setiap minggunya jumlah dupa yang dijual mencapai 500 bungkus. Saat ini dupa hasil produksinya dijual dan dipasarkan sebagian besar untuk satu wilayah kabupaten saja, yaitu kabupaten Badung. Melihat potensi pasar dupa yang begitu luas, mitra berharap dapat memanfaatkan potensi pasar tersebut agar produknya dapat dikenal lebih luas sehingga nantinya dapat memberikan dampak terhadap permintaan dupa. Untuk itu pemanfaatan media sosial menjadi salah satu solusi dalam membantu memperluas pangsa pasar.

## Metode Pelaksanaan

Pengabdian masyarakat yang akan dilaksanakan berlokasi di Banjar Perang kelurahan Mengwi, kabupaten Badung. Waktu tempuh dari kampus ITB STIKOM Bali ke lokasi pengabdian sekitar 30 menit. Peta lokasi mitra ditunjukkan pada Gambar 4. Mitra pengabdian masyarakat adalah UMKM yang bergerak di bidang usaha pembuatan dupa.



**Gambar 4** Lokasi Pengabdian

Kegiatan pengabdian masyarakat yang dilaksanakan ditunjukkan pada Gambar 5. Kegiatan pengabdian masyarakat diawali dari kegiatan sosialisasi, penyerahan logo kemasan, pelatihan pemasangan label, pelatihan penggunaan media sosial, dan evaluasi kegiatan.



**Gambar 5** Alur Pelaksanaan Kegiatan Pengabdian

- 1) Sosialisasi Kegiatan dilakukan dengan melakukan pertemuan dengan mitra. Pada pertemuan ini akan dibahas mengenai teknis pelaksanaan pengabdian.
- 2) Setelah desain logo kemasan selesai dibuat, sejumlah logo dicetak untuk diserahkan kepada mitra sebagai *sample*. Untuk pencetakan yang lebih banyak mitra diberikan *file softcopy* sehingga mitra dapat memperbanyak sesuai dengan kebutuhannya.
- 3) Mitra diberikan pemahaman mengenai fungsi logo dan manfaatnya pada produk dari mitra. Selain itu mitra juga diminta untuk memasang logo kemasan tersebut.
- 4) Melakukan evaluasi terhadap logo kemasan yang telah dipasang. Evaluasi bertujuan untuk mengetahui keberhasilan mitra dalam memasang logo kemasan, termasuk mendengar masukan dari mitra terkait dengan logo kemasan yang telah dipasang tersebut.
- 5) Pelatihan penggunaan media sosial dilakukan untuk membantu mitra dalam memperkenalkan produk dupa melalui media sosial Instagram.
- 6) Evaluasi tahap akhir dilakukan dengan melakukan diskusi dan pengamatan secara langsung. Salah satu indikator keberhasilan dari kegiatan ini adalah kemampuan mitra dalam mem-*posting* produk dupa yang telah menggunakan logo kemasan yang baru.

## Hasil dan Pembahasan

Kegiatan pengabdian ini dilaksanakan dalam dua tahap. Tahap pertama dilakukan untuk penyerahan dan pemasangan logo, sedangkan pada tahap kedua dilaksanakan pelatihan penggunaan media sosial Instagram. Pelaksanaan kegiatan pada tahap pertama dilakukan secara langsung di tempat mitra. Untuk pelaksanaan tahap kedua dilakukan secara daring melalui media Whatsapp, hal ini dilakukan untuk menghindari terjadinya kontak langsung ditengah situasi pandemi ini. Untuk agenda kegiatan ditunjukkan pada Tabel 1.

**Tabel 1** Kegiatan Pengabdian

| No  | Kegiatan                            | Durasi   |
|---|-------------------------------------|----------|
| Kegiatan Pengabdian Tahap I (Logo Kemasan)  |                                     |          |
| 1   | Perkenalan Kegiatan                 | 15 Menit |
| 2   | Penyerahan Logo Kemasan             | 10 Menit |
| 3   | Pemasangan Logo Kemasan             | 40 Menit |
| 4   | Diskusi/Evaluasi Kegiatan Tahap I   | 30 Menit |
| Kegiatan Pengabdian Tahap II (Media Sosial) |                                     |          |
| 5   | Persiapan Kegiatan                  | 10 Menit |
| 6   | Penyerahan Modul Pelatihan (Daring) | 15 Menit |
| 7   | Diskusi (Daring)                    | 30 Menit |
| 8   | Evaluasi                            | 15 Menit |

### Kegiatan Tahap I

Jadwal kegiatan seperti ditunjukkan pada Tabel 1, pada tahap pertama terdiri dari: perkenalan, penyerahan logo kemasan, pemasangan logo kemasan, diskusi dan evaluasi.

- 1) Perkenalan kegiatan dimaksudnya untuk memberikan informasi ke pada mitra mengenai tujuan dari kegiatan pengabdian masyarakat ini dan waktu pelaksanaan kegiatan ini.
- 2) Logo yang telah dibuat diserahkan kepada mitra, *file* yang diserahkan kepada mitra dalam bentuk *softcopy*. Untuk logo dan logo pada kemasan ditunjukkan pada Gambar



**Gambar 6** Logo Dupa



**Gambar 7** Logo dan Kemasan Dupa

- 3) Setelah logo diserahkan kegiatan berikutnya adalah melaksanakan pemasangan logo kemasan. Sebelumnya produk dupa yang telah dijual sudah dikemas sedemikain rupa, namun belum memiliki logo kemasan yang mencirikan identitas dari nama pembuatnya, mitra pun telah memahami cara pemasangan dari kemasan. Pada tahapan ini mitra diminta untuk memasang logo kemasan yang telah diserahkan., proses pemasangan dan hasilnya ditunjukkan pada Gambar 8.



(a) Pemasangan Logo kemasan



(b) Hasil Pemasangan

**Gambar 8** Pemasangan Logo Kemasan (dilaksanakan sebelum pandemi)

- 4) Evaluasi dilakukan dengan berdiskusi terkait dengan logo dan pemasangannya, dari hasil evaluasi menunjukkan mitra sudah sangat memahami cara pemasangan logo kemasan yang telah diberikan.



**Gambar 9** Dokumentasi Kegiatan Tahap I (dilaksanakan sebelum pandemi)

## Kegiatan Tahap II

Pelaksanaan kegiatan pengabdian tahap kedua ini, dilaksanakan secara tidak langsung dengan menggunakan media Whatsapp. Hal ini dilakukan dengan pertimbangan kesehatan mengingat kondisi masih pandemi. Seperti ditunjukkan pada Tabel 1 pelaksanaan kegiatan meliputi tahapan persiapan, penyerahan modul materi, diskusi, dan evaluasi akhir.

- 1) Tahapan persiapan dilakukan untuk mempersiapkan dokumen dan materi yang akan diberikan ke mitra pengabdian. Selain itu, kelengkapan pengabdian lainnya juga dikirim dengan menggunakan transportasi *online*.
- 2) Tahapan penyerahan modul pelatihan, pada tahapan ini dilakukan penyerahan modul pelatihan dan penyerahan account media sosial Instagram. Dokumentasi penyerahan materi pelatihan penggunaan media sosial kepada mitra ditunjukkan pada Gambar 10.



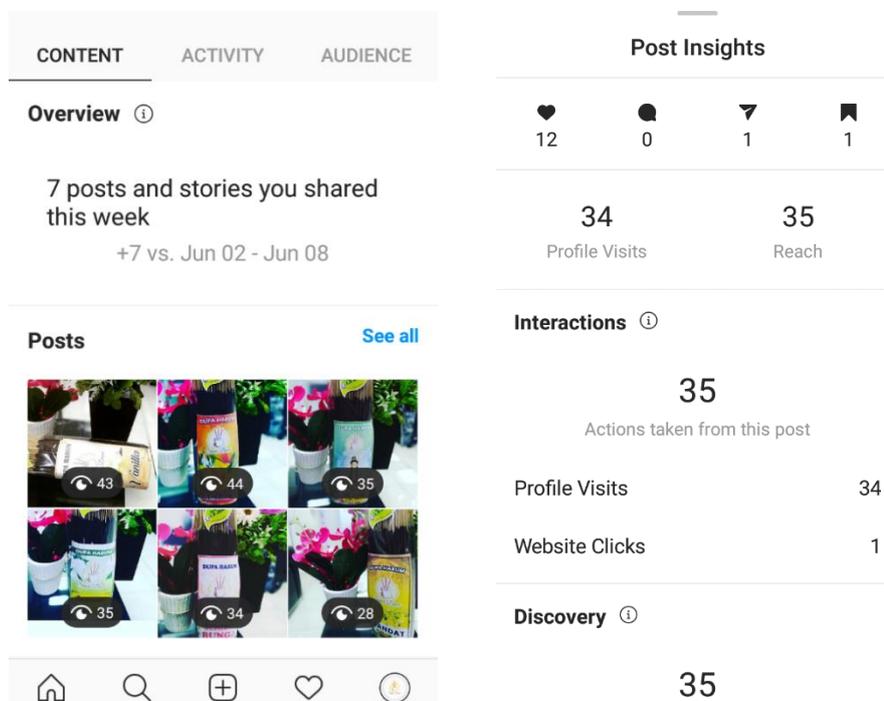
**Gambar 10** Penyerahan Materi Pelatihan

- 3) Tahapan diskusi ini dilakukan untuk menjelaskan secara singkat apabila ada pertanyaan dari mitra terkait materi yang diberikan. Untuk Instagram yang diserahkan ke pada mitra ditunjukkan pada Gambar 11.



Gambar 11 Instagram Yang diserahkan ke mitra

- 4) Evaluasi tahap akhir dilakukan dengan diskusi dan pengamatan. Pada tahap ini mitra diminta untuk mencoba menggunakan Instagram tersebut, indikator keberhasilan dinilai dari *posting* produk dupa yang telah dilakukan. Selain itu, keberhasilan juga dilihat dari *Post Insights*, seperti jumlah *like*, *view*, hingga *impression* dari konten yang telah di-*posting*.



(a) Konten yang telah di-*posting* mitra

(b) Post Insights

Gambar 12 Konten Yang Telah Diposting Mitra

## Kesimpulan

Berdasarkan hasil kegiatan pengabdian masyarakat yang dilakukan dengan mitra pengerajin dupa Sinar Dewa ini, dapat disimpulkan bahwa telah dihasilkan logo kemasan dupa dengan merk Sinar Dewa. Kemasan dupa ini telah berhasil dipasang pada beberapa sample dupa yang dihasilkan oleh mitra. Mitra sudah mampu melakukan posting sejumlah sample produk dupa yang sudah menggunakan logo kemasan yang baru.

## Ucapan Terimakasih

Keberhasilan kegiatan pengabdian masyarakat ini berkat bantuan semua pihak, sehingga ucapan terima kasih kami ucapkan kepada: Bapak Rektor ITB STIKOM Bali yang telah memberikan dukungan penuh terlaksannya kegiatan ini, LPPM ITB STIKOM Bali, mitra pengabdian, semua rekan-rekan dosen dan mahasiswa, serta bapak ojek *online* yang bersedia membantu mengirimkan berkas pengabdian ini ke mitra.

## Referensi

- BPS. (2010). Badan Pusat Statistik Provinsi Bali. Retrieved October 8, 2019, from <https://bali.bps.go.id/statictable/2018/02/15/33/penduduk-provinsi-bali-menurut-agama-yang-dianut-hasil-sensus-penduduk-2010.html>
- Gayatri, H. (n.d.). Jual Dupa Mini Hotri Gayatri - Kab. Badung - Dupa Grosir Bali | Tokopedia. Retrieved October 23, 2019, from [https://www.tokopedia.com/dupagrosirbali/dupa-mini-hotri-gayatri?trkid=f=Ca000oL0ooPoWoSoSh,CooPooFroCbo\\_src=search\\_page=1\\_ob=1000\\_q=dupa++gayatri\\_bmexp=3\\_po=7\\_catid=995\\_bmexp=3&whid=0](https://www.tokopedia.com/dupagrosirbali/dupa-mini-hotri-gayatri?trkid=f=Ca000oL0ooPoWoSoSh,CooPooFroCbo_src=search_page=1_ob=1000_q=dupa++gayatri_bmexp=3_po=7_catid=995_bmexp=3&whid=0)
- Shop, D. (n.d.). Jual dupa harum dya gayatri - Kab. Badung - Dy24 shop | Tokopedia. Retrieved October 23, 2019, from [https://www.tokopedia.com/dy24shop/dupa-harum-dya-gayatri?trkid=f=Ca000oL0ooPoWoSoSh,CooPooFroCbo\\_src=search\\_page=1\\_ob=1000\\_q=dupa++gayatri\\_bmexp=3\\_po=2\\_catid=36\\_bmexp=3&whid=0](https://www.tokopedia.com/dy24shop/dupa-harum-dya-gayatri?trkid=f=Ca000oL0ooPoWoSoSh,CooPooFroCbo_src=search_page=1_ob=1000_q=dupa++gayatri_bmexp=3_po=2_catid=36_bmexp=3&whid=0)
- Toko Gayatri. (n.d.). Jual Dupa India (Aromaterapi) P.Plastic - Tulasi Mahadeva 35 Sticks - Kota Denpasar - Toko Gayathri | Tokopedia. Retrieved October 23, 2019, from <https://www.tokopedia.com/toko-gayathri/dupa-india-aromaterapi-p-plastic-tulasi-mahadeva-35-sticks>