WORKSHOP PEMBUATAN DESAIN LABEL KEMASAN SEBAGAI STRATEGI PENINGKATAN BRANDING PRODUK KULINER DI DUSUN JLEGONG

Maharani Ayuning Tyas[1*], Ilham Dwi Cahyo[2]
[1,2]Politeknik Indonusa Surakarta, Surakarta
*Email: maharaniayuningtyas@poltekindonusa.ac.id

Abstrak: Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini bertujuan untuk meningkatkan kapasitas pelaku usaha kuliner di Dusun Jlegong, Desa Gemawang, Kabupaten Wonogiri, dalam hal pemahaman dan keterampilan dalam membuat desain label *packaging* produk yang menarik, informatif, dan sesuai standar pemasaran modern. Permasalahan yang dihadapi oleh para pelaku usaha setempat adalah kurangnya pengetahuan mengenai pentingnya desain kemasan sebagai sarana promosi dan identitas produk. Metode pelaksanaan kegiatan ini berupa *workshop* interaktif yang mencakup pemaparan materi desain grafis dasar, praktik langsung menggunakan aplikasi Canva, serta sesi konsultasi dan evaluasi hasil karya peserta. Kegiatan *workshop* pembuatan desain label kemasan di Dusun Jlegong, Desa Gemawang berhasil meningkatkan pengetahuan masyarakat mengenai penggunaan aplikasi Canva sebagai alat desain visual. Pelatihan ini mendorong perubahan sikap pelaku usaha kuliner dan Pokdarwis terhadap pentingnya identitas visual dalam strategi pemasaran produk. Hasilnya, terjadi peningkatan kesadaran dan penerapan desain label yang lebih menarik, sehingga tujuan kegiatan dalam mendukung promosi kuliner lokal JlegongNesia tercapai secara efektif.

Kata Kunci: Canva, Desain Label, Jlegong, Promosi Produk Lokal, Workshop

Abstract: This community service activity aims to increase the capacity of culinary business actors in Jlegong, Gemawang Village, Wonogiri Regency, in terms of understanding and skills in creating attractive, informative, and modern marketing standard product packaging label designs. The problem faced by local business actors is the lack of knowledge about the importance of packaging design as a means of promotion and product identity. The method of implementing this activity is an interactive workshop that includes the presentation of basic graphic design materials, direct practice using the Canva application, and consultation and evaluation sessions for participants' work. The packaging label design workshop activity in Jlegong, Gemawang Village, succeeded in increasing public knowledge about the use of the Canva application as a visual design tool. This training encouraged changes in the attitudes of culinary business actors and Pokdarwis towards the importance of visual identity in product marketing strategies. As a result, there was an increase in awareness and implementation of more attractive label designs so that the purpose of the activity in supporting the promotion of local JlegongNesia culinary was achieved effectively.

Keywords: Canva, Jlegong, Label Design, Local Product Promotion, Workshop

Pendahuluan

Dusun Jlegong merupakan salah satu dusun yang berada di Desa Gemawang, Kecamatan Ngadirojo, Kabupaten Wonogiri, Jawa Tengah. Dusun Jlegong ini memiliki banyak potensi wisata yang meliputi wisata religi Gua Maria Sendang Klayu, air terjun Jumok, bukit Watu Lumbung, kesenian Reog dan Jathilan, seni tari, kuliner lokal, agrowisata dan tradisi bersih desa yang sarat dengan kearifan lokal (Widagdo et al., 2024). Hal tersebut menjadikan dusun ini dikenal dengan nama kampung wisata JlegongNesia. Dusun Jlegong juga memiliki potensi pada sektor kuliner khas yang dapat menjadi daya tarik utama dalam mendukung pengembangan wisata lokal. Namun, dalam aspek pemasaran produk kuliner lokal khas JlegongNesia tersebut masih sederhana dan belum merepresentasikan identitas produk secara visual.

Industri kuliner lokal memiliki potensi besar untuk dikembangkan sebagai penopang ekonomi masyarakat, khususnya di kawasan rintisan desa wisata seperti di Dusun Jlegong, Desa Gemawang, Kabupaten Wonogiri. Salah satu aspek penting dalam pemasaran produk kuliner adalah desain kemasan (*label packaging*) yang menarik, informatif, dan mampu merepresentasikan identitas produk secara visual. Desain kemasan tidak hanya berfungsi sebagai pelindung produk, tetapi juga dapat dijadikan sebagai alat promosi yang efektif dalam membangun citra dan meningkatkan daya saing di pasar. Daya saing dapat diartikan sebagai kemampuan industri yang memperlihatkan keunggulan dengan menunjukkan kondisi ataupun situasi yang paling bisa memberikan keuntungan dan hasil pekerjaan yang lebih bagus dibandingkan dengan industri lainnya (Qonita et al., 2021). Namun, pada kenyataannya banyak pelaku usaha kuliner skala kecil di Dusun Jlegong, Desa Gemawang yang masih belum memahami pentingnya desain kemasan dan belum memiliki keterampilan untuk membuat desain yang profesional. Dengan kemasan yang baik, nilai jual produk dapat meningkat dan lebih mudah diterima oleh pasar yang lebih luas, termasuk wisatawan yang datang untuk berkunjung ke dusun tersebut.

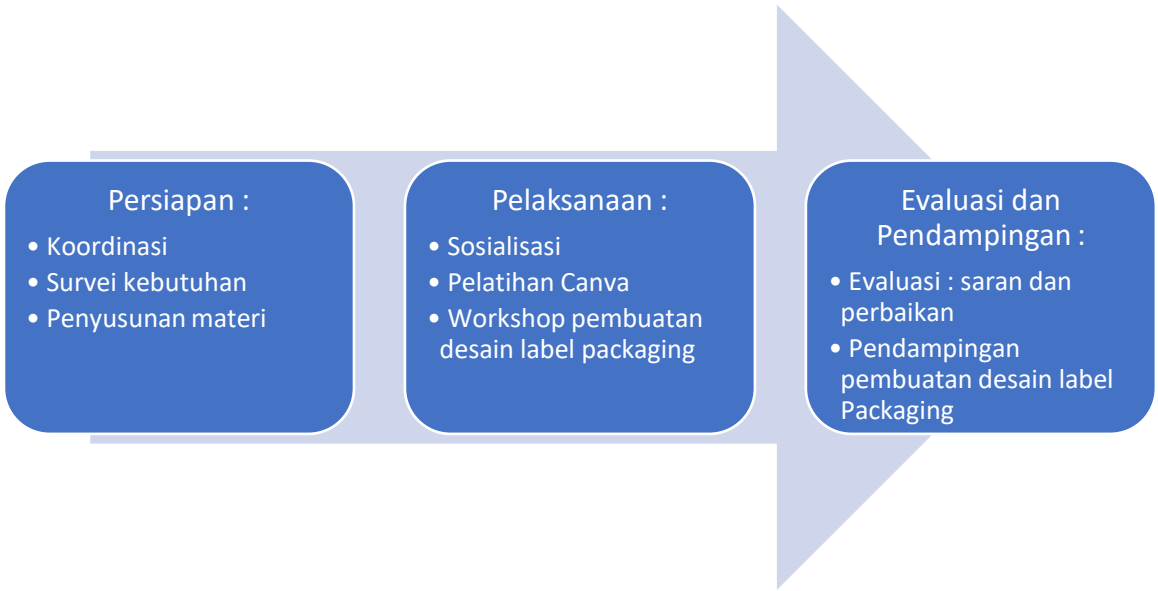
Kesenjangan yang ditemukan di lapangan saat ini adalah masih kurangnya kesadaran pelaku usaha dalam membentuk identitas merek dan belum optimalnya penggunaan label kemasan produk kuliner khas di Dusun Jlegong, Desa Gemawang. Sebagian besar dari mereka masih menggunakan kemasan sederhana tanpa desain yang mencerminkan sebuah identitas merek, kualitas atau keunikan produk kuliner khas di daerah tersebut. Minimnya akses pelatihan dan kurangnya pengetahuan tentang desain grafis modern menjadi kendala utama. Selain itu, belum tersedia kegiatan pendampingan secara sistematis yang membantu pelaku usaha memahami dan mempraktikkan pembuatan desain label yang efektif. Padahal, kebutuhan akan kemasan yang profesional saat ini sangat dibutuhkan terutama dalam konteks pemasaran produk di era digital dan pariwisata. Kemasan tidak hanya berfungsi sebagai wadah produk saja, melainkan juga bermanfaat dalam menjaga kualitas produk dan menarik minat konsumen untuk membeli produk (Rahayu & Dahlia, 2024).

Kemasan dan desain label memiliki peran yang cukup penting dalam meningkatkan daya tarik serta nilai jual suatu produk. Label merupakan bagian dari kemasan yang mengandung informasi tentang suatu produk yang memuat nama produk, daftar bahan yang digunakan, dan informasi alamat di mana produk itu dibuat (Khusna et al., 2023). Label pangan olahan memuat keterangan mengenai nama produk, daftar bahan yang digunakan, berat bersih, nama dan Alamat pihak yang memproduksi atau mengimpor, tanggal dan kode produksi, keterangan kadaluwarsa, nomor izin edar, halal bagi yang dipersyaratkan, dan asal usul bahan (UMKM, 2025). Informasi yang tertera pada label mempengaruhi proses pemasaran suatu produk. Selain itu, label produk yang sesuai dengan standar juga dapat meningkatkan citra dan reputasi produk di mata konsumen (Prasetya et al., 2023). Dengan adanya kemasan yang menarik dan informatif, produk kuliner khas Dusun Jlegong, Desa Gemawang dapat lebih dikenal luas dan memiliki daya saing di pasar wisata. Oleh karena itu, diperlukan pelatihan khusus dalam mendesain label kemasan kuliner yang efektif dan sesuai dengan karakteristik yang ada di Dusun Jlegong, Desa Gemawang.

Tujuan dari kegiatan pengabdian ini adalah untuk meningkatkan pemahaman dan keterampilan pelaku usaha kuliner di Dusun Jlegong, Desa Gemawang dalam merancang desain label kemasan produk yang menarik dan sesuai standar pemasaran. Label produk memiliki peran strategis dalam *branding* dan *marketing*. Desain label yang menarik dan profesional dapat meningkatkan daya tarik visual produk dan mempengaruhi preferensi konsumen. Berdasarkan studi dari sebuah artikel, disampaikan bahwa 70% keputusan pembelian konsumen diambil secara spontan saat melihat produk di rak, dan label menjadi salah satu faktor penting yang mempengaruhi keputusan tersebut (Irwandi et al., 2024). Melalui *workshop* yang bersifat edukatif dan praktis, diharapkan peserta mengetahui adanya platform yang dapat digunakan untuk membuat desain label kemasan dan mampu membuat desain label yang mencerminkan identitas produk lokal, meningkatkan nilai estetika dan daya saing produk, serta mendorong pertumbuhan ekonomi kreatif.

Metode

Kegiatan ini dilakukan melalui tiga tahapan. Ketiga tahapan tersebut meliputi tahap persiapan, tahap pelaksanaan, serta yang ketiga adalah tahap evaluasi dan pendampingan. Adapun alur tahapannya dijelaskan pada bagan berikut:



Bagan 1. Alur Pelaksanaan Pengabdian

Tahap pertama merupakan tahap persiapan. Pada tahapan ini dilakukan koordinasi dengan Pokdarwis di Dusun Jlegong, Desa Gemawang. Koordinasi tersebut dilakukan untuk menyelaraskan tujuan yang hendak dicapai bersama melalui serangkaian kegiatan yang akan dilakukan. Salah satu hal yang dilakukan adalah dengan memastikan kebutuhan dari Dusun Jlegong, Desa Gemawang tersebut, yaitu perlunya sebuah *workshop* tentang pembuatan desain label kemasan produk kuliner sebagai salah satu upaya dalam mempromosikan produk kuliner khas untuk rintisan desa wisata di

Dusun Jlegong, Desa Gemawang. Setelah itu dilakukan proses penyusunan materi secara terstruktur dan sistematis yang relevan dengan kebutuhan tersebut.

Tahap kedua adalah pelaksanaan kegiatan. Kegiatan ini dikemas dalam tiga sesi, yaitu sosialisasi, pelatihan Canva, dilanjutkan dengan *workshop* pembuatan desain label kemasan produk kuliner. Canva merupakan aplikasi yang dapat digunakan oleh UMKM untuk membuat desain kemasan, promosi produk dan iklan digital (Alawiah et al., 2023). Sosialisasi dilakukan untuk memberikan pemahaman kepada pelaku usaha di Dusun Jlegong, Desa Gemawang tentang pentingnya label kemasan produk kuliner sebagai sarana dalam menunjang kegiatan promosi dan membentuk identitas merek. Identitas merek yang jelas akan membantu untuk membedakan usaha dari pesaing dan membangun citra yang positif di mata konsumen (Dewi Puspa Arum et al., 2023).

Setelah sosialisasi, kegiatan dilanjutkan dengan memperkenalkan aplikasi Canva *mobile* sebagai salah satu platform yang dapat digunakan untuk membuat label kemasan produk kuliner. Canva menjadi alternatif platform yang dipilih dalam kegiatan ini karena cukup mudah digunakan, dapat diakses melalui website dan android, serta memiliki banyak desain dan fitur. Setelah peserta dilatih dalam menggunakan dan diperkenalkan dengan fitur yang ada, kemudian dilanjutkan dengan *workshop* pembuatan label kemasan produk kuliner.

Tahap ketiga adalah evaluasi dan pendampingan. Evaluasi dilakukan terhadap desain label kemasan produk kuliner yang dihasilkan oleh peserta *workshop*. Hal tersebut dilakukan untuk mengetahui apakah tujuan dari *workshop* tercapai. Selain itu, evaluasi dilakukan untuk mengidentifikasi beberapa hal yang perlu diperbaiki atau disempurnakan. Khusus bagi beberapa produk kuliner unggulan di desa wisata tersebut, dilakukan pendampingan secara khusus dalam pembuatan desain label kemasan produk kuliner untuk membantu dalam membentuk identitas merek. Pendampingan dilakukan selama kurang lebih satu bulan hingga desain label kemasan produk kuliner tersebut disetujui.

Hasil dan Pembahasan

Dusun Jlegong, Desa Gemawang yang berasa di Kabupaten Wonogiri memiliki potensi besar dalam sektor ekonomi kreatif, khususnya melalui produk-produk kuliner lokal yang menjadi ciri khas dan daya tarik utama di desa tersebut sebagai rintisan desa wisata. Produk-produk seperti kacang ciklo, mie pentil, keripik tempe, keripik pisang, dan wedang uwos merupakan bagian dari kekayaan kuliner yang tidak hanya mencerminkan kearifan lokal, tetapi juga menyimpan nilai ekonomi dan budaya yang tinggi. Sebagai sebuah destinasi wisata, keberadaan produk-produk tersebut memiliki peran strategis dalam memperkuat identitas desa sekaligus memberikan pengalaman otentik kepada wisatawan.

Namun, berdasarkan pengamatan di lapangan dan kajian awal yang dilakukan, ditemukan bahwa sebagian besar produk kuliner unggulan di Dusun Jlegong, Desa Gemawang belum menggunakan label kemasan yang mencerminkan identitas merek (*brand identity*) secara visual. Merek merupakan salah satu wujud karya intelektual yang digunakan untuk membedakan sebuah produk dengan produk lainnnya dengan tujuan untuk mengidentifikasikan barang atau jasa agar dapat memperkuat image dari suatu produk (Ilmiah & Pendidikan, 2024). Kemasan produk yang

digunakan mayoritas masih bersifat sederhana dan fungsional, belum dirancang dengan pendekatan estetika dan pemasaran yang optimal. Tidak adanya desain label yang menarik, informatif, dan representatif berdampak pada rendahnya daya tarik produk di mata konsumen, khususnya wisatawan dari luar daerah yang memiliki preferensi visual dan ekspektasi kualitas tertentu terhadap produk oleh-oleh khas dari suatu tempat yang dikunjungi.

Fenomena ini menunjukkan adanya kesenjangan antara potensi produk kuliner lokal dan strategi pemasaran visual yang efektif. Dalam konteks pengembangan desa wisata, visualisasi produk melalui desain kemasan memiliki peran krusial sebagai alat komunikasi merek (*brand communication*). Bagian dari kemasan produk dapat dijadikan media komunikasi antara produsen dan konsumen untuk membentuk citra (Lusianingrum et al., 2021). Hal tersebut dikarenakan kemasan merupakan elemen pertama yang dilihat konsumen sebelum melakukan pembelian. Identitas visual yang kuat dapat menciptakan citra positif terhadap produk, meningkatkan kepercayaan konsumen, serta memperkuat daya saing di pasar oleh-oleh destinasi wisata.

Secara ilmiah, kondisi ini dapat diidentifikasi sebagai masalah kurangnya inovasi desain kemasan berbasis identitas lokal, yang berdampak pada rendahnya efektivitas promosi produk kuliner sebagai bagian dari daya tarik wisata desa. Hal ini juga berkaitan dengan belum adanya sistem atau pendampingan yang terstruktur dalam pengembangan *branding* produk UMKM desa wisata. Di sisi lain, peluang untuk meningkatkan nilai tambah melalui pengemasan masih sangat terbuka, mengingat tren konsumen saat ini yang semakin mengutamakan estetika visual, kemudahan informasi produk, dan keterkaitan nilai budaya dalam konsumsi mereka.

Dengan demikian, temuan ini menekankan pentingnya pengembangan strategi desain label kemasan yang tidak hanya menarik secara visual, tetapi juga mencerminkan identitas budaya lokal dan memperkuat posisi produk dalam ekosistem pariwisata desa. Inisiatif penguatan kemasan produk kuliner dapat menjadi langkah konkret dalam meningkatkan citra Dusun Jlegong, Desa Gemawang, memperluas jangkauan pemasaran, dan mendorong pertumbuhan ekonomi masyarakat secara berkelanjutan.

Untuk mengatasi permasalahan terhadap kurangnya identitas visual dan belum optimalnya desain label kemasan pada produk kuliner khas Dusun Jlegong, Desa Gemawang, maka diterapkan suatu strategi solutif melalui pelaksanaan *workshop* pembuatan desain label kemasan produk kuliner. Kegiatan ini dirancang tidak hanya bertujuan menyosialisasikan pentingnya aspek visual dalam pemasaran produk, tetapi juga membekali para pelaku usaha lokal dengan keterampilan praktis dalam menciptakan desain kemasan secara mandiri. Kegiatan ini diikuti oleh warga dan pelaku usaha UMKM di JlegongNesia, Dusun Jlegong, Desa Gemawang. *Workshop* ini menyasar dua kelompok utama yang berperan dalam pengembangan ekonomi dan pariwisata desa, yaitu: a) Pelaku usaha produk kuliner lokal, yang merupakan produsen utama kuliner lokal khas JlegongNesia seperti kacang ciklo, keripik tempe, keripik pisang, dan wedang uwos, dan sebagainya; serta b) Kelompok Sadar Wisata (Pokdarwis), yang berfungsi sebagai penggerak promosi dan pengelolaan potensi wisata desa.

Dalam pelaksanaan *workshop* ini digunakan platform Canva sebagai alat bantu desain grafis yang bersifat *user-friendly*, berbasis daring, serta memiliki berbagai template dan fitur yang dapat

diakses secara gratis. Pemilihan Canva sebagai media pembelajaran didasarkan pada pertimbangan keterjangkauan, kemudahan penggunaan, serta fleksibilitasnya dalam menghasilkan desain visual yang menarik tanpa memerlukan latar belakang keahlian desain profesional.

Secara sistematis, pelaksanaan kegiatan *workshop* di lapangan terdiri dari dua tahapan, yaitu sosialisasi melalui pemaparan materi yang dilanjutkan dengan praktik, serta evaluasi dan pendampingan. Pertama, pemaparan materi mengenai urgensi dan fungsi strategis desain label kemasan dalam konteks pemasaran produk kuliner lokal. Materi ini mencakup aspek *branding*, *visual identity*, elemen informasi label, dan pengaruh persepsi konsumen terhadap desain kemasan. Kemudian dilanjutkan dengan praktik langsung menggunakan Canva, di mana peserta dilatih untuk membuat desain label yang sesuai dengan karakter produk dan identitas budaya desa. Latihan ini dilakukan dengan pendekatan partisipatif, memungkinkan peserta untuk mengeksplorasi elemen-elemen visual seperti warna, tipografi, ilustrasi, dan logo dengan memanfaatkan fitur-fitur yang dimiliki oleh Canva. Terakhir merupakan evaluasi dan pendampingan, yaitu sesi tanya jawab dan bimbingan teknis untuk membantu peserta menyempurnakan desain yang telah dibuat dan menyiapkannya untuk dicetak serta digunakan secara nyata dalam pengemasan produk.

Gambar 1. Workshop Pembuatan Desain Label Kemasan di Dusun Jlegong

Kegiatan *workshop* ini dapat diidentifikasi sebagai kegiatan berbasis pemberdayaan masyarakat (*community empowerment*) yang mengedepankan prinsip partisipasi aktif, peningkatan kapasitas sumber daya manusia, serta transfer teknologi sederhana yang aplikatif. Melalui kegiatan ini, para pelaku UMKM dan Pokdarwis tidak hanya memperoleh pengetahuan konseptual, tetapi juga keterampilan praktis yang langsung berdampak pada kualitas produk dan strategi pemasaran mereka. Selain itu, pendekatan ini juga mencerminkan penerapan metode edukasi kreatif berbasis teknologi digital di tingkat desa, yang berpotensi untuk menciptakan perubahan berkelanjutan dalam pengelolaan produk lokal. Hasil dari *workshop* ini diharapkan tidak hanya meningkatkan estetika kemasan produk saja, tetapi juga memperkuat identitas merek lokal, meningkatkan kepercayaan konsumen, serta memperluas jangkauan pasar produk kuliner khas Dusun Jlegong, Desa Gemawang, baik secara langsung maupun melalui media digital. Dengan demikian, solusi melalui *workshop* desain label kemasan ini menjadi langkah konkret dan terukur dalam menjawab tantangan promosi desa wisata berbasis produk kuliner, serta menjadi bagian penting dari strategi pengembangan ekonomi kreatif berbasis potensi lokal.

Kegiatan pengabdian masyarakat melalui *workshop* pembuatan desain label kemasan produk kuliner yang dilaksanakan di Dusun Jlegong, Desa Gemawang ini memberikan dampak yang signifikan terhadap perubahan perilaku, cara pandang, dan pola pikir pelaku usaha kuliner serta Pokdarwis setempat. Sebelumnya, sebagian besar pelaku usaha lokal memandang kemasan produk sekedar sebagai wadah tanpa memperhatikan aspek visual, estetika, atau kekuatan *branding* yang dapat ditanamkan melalui desain label. Namun, setelah mengikuti *workshop* ini, terjadi pergeseran cara pandang yang positif mengenai peran penting desain kemasan dalam mempengaruhi keputusan konsumen dan meningkatkan nilai jual produk.

Gambar 2. Perbandingan label kemasan sebelum dan sesudah *workshop*

Setelah kegiatan pengabdian ini dilakukan, peserta *workshop* menunjukkan adanya perubahan sikap dan sudut pandang dalam memahami pentingnya fungsi strategis kemasan sebagai media komunikasi merek. Hal ini menandai adanya transformasi perilaku dari yang semula pasif terhadap aspek desain menjadi lebih proaktif dan kreatif dalam memperkuat identitas visual produknya. Lebih lanjut, kegiatan ini tidak hanya memberikan keterampilan teknis, tetapi juga menumbuhkan kesadaran kolektif tentang pentingnya inovasi dan daya saing dalam pengembangan produk lokal. Pelatihan menggunakan Canva membuka wawasan baru bahwa proses desain tidak harus mahal atau rumit, serta dapat diakses dan dipelajari oleh siapa saja, termasuk pelaku UMKM di tingkat desa. Hasilnya, peserta menjadi lebih percaya diri dan memiliki dorongan untuk memasarkan produknya secara lebih profesional, baik dalam konteks pemasaran *offline* maupun pemasaran melalui media digital.

Gambar 3. Desain label kemasan yang dibuat menggunakan Canva

Secara keseluruhan, kegiatan *workshop* ini mampu menjawab dan mereduksi permasalahan yang telah teridentifikasi sebelumnya, yakni belum adanya penggunaan label kemasan yang menarik dan mencerminkan identitas merek pada produk kuliner khas Dusun Jlegong, Desa Gemawang. Melalui pelatihan ini, hambatan yang bersumber dari keterbatasan pengetahuan desain dan akses teknologi telah berhasil diatasi dengan pendekatan edukatif yang partisipatif dan berbasis kebutuhan lokal. Label kemasan produk makanan yang sebelumnya hanya sederhana dengan menggunakan kertas dua warna bertuliskan logo saja, saat ini telah menggunakan kertas *sticker* dan berwarna dengan identitas merek yang lebih jelas. Merek merupakan salah satu variabel yang penting dalam strategi pemasaran. Merek merupakan suatu bentuk berupa tanda, gambar, lambang, huruf, angka, warna, maupun yang lainnya atau kombinasi dari semua hal tersebut sehingga memiliki ciri yang dapat dikenali oleh konsumen terhadap suatu produk (Sudirman et al., 2023). Sedangkan label yang dibuat menggunakan *sticker full color* memiliki tujuan agar di mata konsumen produk tersebut memiliki nilai prestise yang lebih dibandingkan produk yang lain, memberikan kesan lebih bernilai, serta lebih terlindungi dan aman (Qonita et al., 2021).

Gambar 4. Penerapan label kemasan produk kuliner pasca kegiatan *workshop*

Dengan tercapainya tujuan dari kegiatan kepada masyarakat ini, yaitu memberikan edukasi dan keterampilan dalam pembuatan desain kemasan yang menarik dan fungsional, maka dapat ditegaskan bahwa program pengabdian ini telah memberikan solusi yang aplikatif dalam mendukung promosi produk kuliner sekaligus memperkuat citra desa sebagai destinasi wisata unggulan. Keberhasilan ini menjadi fondasi untuk pengembangan lebih lanjut, termasuk untuk kegiatan pendampingan lanjutan, penguatan *branding* desa, serta digitalisasi pemasaran produk UMKM di daerah tersebut.

Kesimpulan

Setelah pelaksanaan kegiatan *workshop* pembuatan desain label produk kemasan ini terjadi peningkatan pengetahuan masyarakat terhadap penggunaan aplikasi Canva. Hal ini terlihat dari hasil observasi di lapangan dan hasil *interview* yang dilakukan pada saat sesi tanya jawab pasca sosialisasi dan pelatihan penggunaan Canva. Sebelum kegiatan *workshop* ini dilaksanakan, peserta

workshop hampir semuanya belum mengetahui tentang Canva yang dapat digunakan untuk pembuatan desain label kemasan produk. *Workshop* ini memberikan pemahaman praktis mengenai konsep desain efektif dan implementasinya menggunakan platform digital Canva yang mudah diakses.

Selain itu, hasil dari pelaksanaan kegiatan *workshop* pembuatan desain label kemasan di JlegongNesia, Dusun Jlegong, Desa Gemawang ini menunjukkan adanya perubahan sikap dan sudut pandang para pelaku usaha kuliner serta Pokdarwis setempat terhadap pentingnya visual kemasan sebagai bagian dari strategi pemasaran produk. Kegiatan ini tidak hanya mengubah cara pandang dan perilaku masyarakat terhadap pentingnya *branding* produk, tetapi juga menjadi solusi dalam mengatasi permasalahan yang ada yaitu kurangnya pemahaman tentang pentingnya identitas visual pada label kemasan produk kuliner di Dusun Jlegong, Desa Gemawang. Hal ini dibuktikan dengan adanya perubahan strategi dalam penggunaan label yang lebih menarik dengan *sticker* berwarna pada kemasan produk kuliner lokal JlegongNesia sebagai strategi. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa tujuan dari kegiatan pengabdian ini dalam mendukung promosi kuliner lokal khas JlegongNesia, Dusun Jlegong, Desa Gemawang melalui penguatan desain label kemasan produk kuliner lokal khas JlegongNesia, Dusung Jeglong, Desa Gemawang telah tercapai secara efektif.

Ucapan Terima Kasih

Penulis mengucapkan terima kasih kepada pihak-pihak terkait yang terlibat secara langsung maupun tidak langsung sehingga pelaksanaan program pengabdian dan penulisan artikel ini dapat terselesaikan dengan baik. Terima kasih penulis ucapkan kepada Program Studi Sarjana Terapan (D4) Produksi Media yang telah memberikan dukungan dalam pelaksanaan kegiatan ini, Ketua Program Studi D3 Perhotelan Politeknik Indonusa Surakarta yaitu Ibu Wahyu Tri Hastiningsih, S.Pd., M.M.Par dan Bapak Yohanes Martono Widagdo, S.ST., M.Par yang telah memberikan bantuan akses dalam pelaksanaan kegiatan pengabdian kepada masyarakat di Dusun Jlegong, Desa Gemawang. Serta, tidak lupa penulis mengucapkan terima kasih kepada Sdr. Lysander Julius Handoko sebagai penggerak Pokdarwis di Dusun Jlegong, Desa Gemawang, dan juga kepada seluruh perangkat desa dan semua pihak yang tidak bisa disebutkan satu persatu, terima kasih telah memberikan kesempatan, izin dan dukungan dalam pelaksanaan kegiatan pengabdian ini.

Referensi

Alawiah, E. T., Setyorini, D., & Hasanudin. (2023). Pelatihan Digital Marketing untuk Meningkatkan Omset Penjualan dan Pelatihan Pembuatan Label Kemasan menggunakan Canva. *Jurnal Pengabdian Masyarakat Dan Riset Pendidikan*, *2*(1), 279–285. https://doi.org/10.31004/jerkin.v2i1.163

Dewi Puspa Arum, Ananda Nabila Laraswari, Alifah Rizky Wiyanti, Cita Devi Ainaya, Devi Khoiriyah, Farras Dewi Yuanita, & Junita Pramita Sari. (2023). Pemberdayaan Usaha Mikro Melalui Identitas Marek Dan Strategi Digital Marketing Pada UMKM Nasi Bakar Di Kelurahan Kepanjen Kidul Kota Blitar. *Jurnal Pengabdian Masyarakat Indonesia*, *2*(2), 13–26. https://doi.org/10.55606/jpmi.v2i2.1759

Ilmiah, J., & Pendidikan, W. (2024). Meningkatkan Citra Merek Melalui Desain dan Identitas Visual. *Jurnal Ilmiah Wahana Pendidikan*, *10*(14), 279–287.

Irwandi, P., S, M. K., Adetya, A., Wirda, B., Abdul, C., & Wahpiyudin, B. (2024). Pendampingan Pembuatan

Label Produk sebagai Strategi dalam Peningkatan Daya Saing dan Branding UMKM Keripik. *JMM*, *8*(6), 11–12.

Khusna, S. W., Alifiyah, F., Fisabilillah, N., Iskandar, M., & Falakh, I. (2023). Peningkatan Nilai Jual Produk Melalui Labeling Kemasan Pada Produk Umkm Desa Lenggerong. *Prosiding Kampelnas*, *2*(1), 293–303.

Lusianingrum, F. P. W., Purbohastuti, A. W., & Hidayah, A. A. (2021). Pelatihan labeling kemasan produk UMKM mitra binaan Posyantek Al-Ikhlas. *JMM (Jurnal Masyarakat Mandiri)*, *5*(2), 624–632.

Prasetya, R. E., Yuwono, Y., Hidayat, R. S., Elizabeth, E., & Setyarko, Y. (2023). Penyuluhan Pentingnya Pembuatan Label Produk Umkm Desa Majau Kecamatan Saketi. *Jurnal Abdimastek (Pengabdian Masyarakat Berbasis Teknologi)*, *4*(1), 19–30. https://doi.org/10.32736/abdimastek.v4i1.1728

Qonita, R. A., Khomah, I., Riptanti, E. W., & Setyowati, N. (2021). Perbaikan Kemasan sebagai Upaya Meningkatkan Daya Saing Produk UKM Murni Snack. *Kumawula : Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, *4*(2), 320–327.

Rahayu, D. S., & Dahlia, E. (2024). Pentingnya Branding Pada Kemasan Dan Strategi Pemasaran Dalam Meningkatkan Daya Saing Pada Umkm Desa Ciparay. *JPPM*, *1*(2), 55–67.

Sudirman, R., Kurniawan, H., & Nugraha, F. (2023). Pelatihan Dasar Pembuatan Merek Sebagai Identitas Produk UMKM Kelurahan Argasari. *Jurnal Pengabdian Manajemen*, *2*(2), 59. https://doi.org/10.30587/jpmanajemen.v2i02.5208

UMKM, I. (2025). *Label Pangan*. Https://Istanaumkm.Pom.Go.Id/. https://istanaumkm.pom.go.id/regulasi/pangan/label

Widagdo, Y. M., Sopingi, & Sukendar, M. U. (2024). Pengelolaan Potensi Pariwisata Kearifan Lokal Berbasis Masyarakat di Dusun Jlegong Desa Gemawang Kecamatan Ngadirojo Kabupaten Wonogiri Jawa Tengah. *Communnity Development Journal*, *5*(6), 12077–12082.