

## PEMBUATAN SPANDUK SEBAGAI MEDIA PROMOSI DALAM MENDUKUNG PEMBERDAYAAN EKONOMI MASYARAKAT DI DESA KRAGILAN

Fairuz Alfidal Fahmi<sup>1</sup>, Citra Maharani<sup>2</sup>, Ilham Febriansyah<sup>3</sup>, Muhammad Bayu Firdaus<sup>4</sup>, Popi Dayurni<sup>5</sup>

<sup>1</sup>Jurusan Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis

<sup>2</sup>Fakultas Ilmu Komputer, Jurusan Ilmu Komputer

<sup>3</sup>Jurusan Teknik Industri, Fakultas Sains dan Teknologi

<sup>4</sup>Jurusan Teknik Sipil, Fakultas Sains dan Teknologi

1234 Universitas Bina Bangsa

Email: [fahmialfidal@gmail.com](mailto:fahmialfidal@gmail.com)<sup>1</sup>; [maharanicitra358@gmail.com](mailto:maharanicitra358@gmail.com)<sup>2</sup>;  
[ilhamfebriansyahhh@gmail.com](mailto:ilhamfebriansyahhh@gmail.com)<sup>3</sup>; [firdausbayu641@gmail.com](mailto:firdausbayu641@gmail.com)<sup>4</sup>

### Abstract

*Community economic empowerment is not only related to the ability to produce goods and services, but also to the ability to introduce and promote local products effectively. Through the Community Service Program (KKM) in Kampung Bale Endah, RT 03/RW 05, Kragilan Village, Kragilan District, Serang Regency, one of the economic empowerment work programs was the creation of a promotional banner. This activity was designed to provide a simple and informative promotional medium that can communicate product and business information to the surrounding community. The implementation was carried out through observation, identification of promotional needs, preparation of banner content, design, adjustment, and assistance in its use. The activity emphasized clear information, readable visual presentation, and consistency of business identity. The program is expected to support the visibility of community businesses and become an initial step in strengthening local product promotion.*

**Keywords:** banner, promotion, community empowerment, local products, economic empowerment.

### Abstrak

Pemberdayaan ekonomi masyarakat tidak hanya berkaitan dengan kemampuan menghasilkan barang dan jasa, tetapi juga kemampuan dalam memperkenalkan dan mempromosikan produk lokal secara efektif. Melalui kegiatan Kuliah Kerja Mahasiswa (KKM) di Kampung Bale Endah, RT 03/RW 05, Desa Kragilan, Kecamatan Kragilan, Kabupaten Serang, salah satu program kerja pemberdayaan ekonomi yang dilaksanakan adalah pembuatan spanduk sebagai media promosi. Kegiatan ini dirancang untuk menyediakan media promosi yang sederhana dan informatif sehingga dapat menyampaikan informasi mengenai produk dan usaha masyarakat kepada lingkungan sekitar. Pelaksanaan dilakukan melalui observasi, identifikasi kebutuhan promosi, penyusunan isi spanduk, perancangan desain, penyesuaian, serta pendampingan dalam penggunaannya. Kegiatan menekankan kejelasan informasi, keterbacaan tampilan visual, dan konsistensi identitas usaha. Program ini diharapkan dapat mendukung keterlihatan usaha masyarakat dan menjadi langkah awal dalam memperkuat promosi produk lokal.

**Kata kunci:** spanduk, promosi, pemberdayaan masyarakat, produk lokal, pemberdayaan ekonomi.

## PENDAHULUAN

Pemberdayaan ekonomi masyarakat merupakan bagian penting dalam pembangunan yang memanfaatkan potensi dan kegiatan ekonomi lokal. Penguatan ekonomi masyarakat tidak hanya membutuhkan kemampuan dalam menghasilkan produk, tetapi juga kemampuan untuk memperkenalkan produk kepada calon konsumen. Produk yang memiliki kualitas baik tetap membutuhkan media komunikasi yang mudah dilihat dan dipahami agar informasi mengenai usaha dapat tersampaikan dengan lebih luas.

Salah satu media promosi yang sederhana dan mudah diterapkan dalam lingkungan masyarakat adalah spanduk. Spanduk dapat digunakan untuk menampilkan nama usaha, jenis produk atau layanan, informasi pendukung, serta pesan promosi dalam bentuk visual yang dapat dilihat oleh masyarakat. Dengan penyusunan informasi dan desain yang tepat, spanduk dapat menjadi media komunikasi yang membantu meningkatkan keterlihatan suatu usaha.

Berdasarkan program kerja pemberdayaan ekonomi masyarakat yang dilaksanakan di Kampung Bale Endah, RT 03/RW 05, Desa Kragilan, pembuatan spanduk dipilih sebagai salah satu kegiatan untuk mendukung promosi usaha dan produk masyarakat. Kegiatan ini diarahkan untuk membantu menyediakan media promosi yang lebih tertata, informatif, dan mudah dikenali.

Tujuan kegiatan adalah membantu masyarakat memperoleh media promosi yang dapat digunakan untuk memperkenalkan usaha atau produk, menyusun informasi promosi secara lebih jelas, serta meningkatkan pemahaman mengenai pentingnya media visual dalam mendukung pengenalan usaha masyarakat.

## METODE PELAKSANAAN

Kegiatan pembuatan spanduk menggunakan pendekatan partisipatif. Tim KKM berperan sebagai fasilitator dalam proses identifikasi kebutuhan, penyusunan isi, perancangan desain, dan penyesuaian hasil, sedangkan pihak masyarakat dilibatkan untuk memberikan informasi serta masukan mengenai usaha, produk, atau layanan yang akan dipromosikan.

Tahap pertama adalah observasi dan identifikasi kebutuhan promosi. Tim mengamati kebutuhan informasi yang perlu disampaikan melalui spanduk serta mempertimbangkan lokasi dan tujuan penggunaannya. Tahap ini dilakukan agar isi spanduk dapat disusun sesuai dengan kebutuhan promosi masyarakat. Tahap kedua adalah penyusunan materi spanduk. Informasi yang akan ditampilkan disusun secara ringkas dan mudah dipahami. Materi diarahkan pada informasi utama mengenai usaha, produk, atau layanan serta informasi pendukung yang tersedia. Tahap ketiga adalah proses perancangan dan penyesuaian desain. Tim menyusun tampilan spanduk dengan memperhatikan keterbacaan tulisan, ukuran elemen, komposisi, penempatan informasi, dan kesesuaian visual dengan identitas usaha. Rancangan kemudian disesuaikan berdasarkan masukan yang diberikan. Tahap keempat adalah pendampingan penggunaan. Setelah rancangan spanduk disiapkan, tim memberikan penjelasan mengenai fungsi spanduk sebagai media promosi dan pentingnya menempatkannya pada lokasi yang mudah terlihat oleh masyarakat. Penggunaan informasi dan identitas usaha juga diarahkan agar tetap konsisten pada media promosi lainnya.

Evaluasi dilakukan secara deskriptif melalui pengamatan terhadap kesesuaian rancangan dengan kebutuhan promosi serta tanggapan terhadap hasil desain. Artikel ini tidak mencantumkan persentase peningkatan penjualan atau angka evaluasi kuantitatif karena data tersebut tidak tersedia dalam bahan kegiatan.

## **HASIL DAN PEMBAHASAN**

### **Identifikasi Kebutuhan Media Promosi**

Tahap awal kegiatan difokuskan pada identifikasi kebutuhan media promosi masyarakat. Tim KKM mengarahkan proses identifikasi pada informasi yang perlu disampaikan kepada masyarakat melalui spanduk. Informasi tersebut disusun secara sederhana agar pesan utama dapat dipahami dengan cepat oleh calon konsumen atau masyarakat yang melihatnya.

### **Perancangan Spanduk sebagai Media Promosi**

Perancangan spanduk dilakukan dengan memperhatikan keterbacaan dan kesederhanaan visual. Informasi utama ditempatkan secara jelas sehingga dapat dikenali

dari jarak pandang yang sesuai. Ukuran, susunan tulisan, dan elemen visual disesuaikan agar spanduk dapat berfungsi sebagai media komunikasi promosi secara praktis. Spanduk yang dirancang secara tertata dapat membantu membangun tampilan promosi yang lebih konsisten. Identitas usaha yang digunakan pada spanduk juga dapat menjadi dasar untuk dikembangkan pada media promosi lainnya, baik pada kemasan produk maupun media digital.

### **Pendampingan dan Keterlibatan Masyarakat**

Kegiatan dilakukan dengan melibatkan masyarakat dalam memberikan informasi dan masukan terhadap isi maupun konsep spanduk. Keterlibatan tersebut penting agar materi promosi yang disusun tetap sesuai dengan karakter usaha dan kebutuhan masyarakat. Tim KKM memberikan pendampingan dalam memahami fungsi spanduk sebagai media penyampaian informasi kepada calon konsumen.

### **Spanduk sebagai Media Pengenalan Produk dan Usaha**

Spanduk dapat berfungsi sebagai media promosi yang menyampaikan identitas dan informasi usaha secara langsung kepada masyarakat. Media ini memiliki keunggulan karena dapat ditempatkan pada lokasi yang mudah dilihat sehingga informasi promosi dapat menjangkau orang yang berada di sekitar lokasi usaha atau kegiatan masyarakat. Penggunaan informasi yang singkat, jelas, dan mudah dibaca menjadi salah satu unsur penting dalam pembuatan spanduk. Dengan tampilan yang tertata, spanduk dapat membantu masyarakat mengenali nama usaha, produk, atau layanan yang ditawarkan.

### **Kontribusi terhadap Pemberdayaan Ekonomi**

Pembuatan spanduk merupakan bagian dari upaya memperkuat kapasitas usaha masyarakat melalui aspek promosi. Produk atau layanan yang dihasilkan masyarakat perlu didukung oleh cara penyampaian informasi yang baik agar dapat diperkenalkan kepada konsumen. Melalui kegiatan ini, masyarakat memperoleh dukungan dalam

menyiapkan media promosi sekaligus pengalaman dalam mempertimbangkan unsur informasi dan visual dalam kegiatan pemasaran.



Gambar 1. UMKM

## KEBERLANJUTAN PROGRAM

Keberlanjutan kegiatan diarahkan pada pemanfaatan spanduk secara konsisten sebagai media promosi serta pengembangan identitas promosi pada media lainnya. Masyarakat diharapkan dapat mempertahankan informasi utama dan identitas usaha ketika membuat media promosi baru sehingga konsumen memperoleh informasi yang konsisten. Program dapat dikembangkan melalui pendampingan lanjutan mengenai pemasaran digital, fotografi produk, pencatatan usaha, pembayaran digital, dan legalitas. Pengembangan tersebut merupakan kegiatan lanjutan dan bukan hasil langsung dari program pembuatan spanduk.

## KESIMPULAN

Pembuatan spanduk di Kampung Bale Endah, RT 03/RW 05, Desa Kragilan, Kecamatan Kragilan, Kabupaten Serang merupakan salah satu kegiatan pemberdayaan ekonomi yang berfokus pada dukungan terhadap promosi usaha dan produk masyarakat. Kegiatan dilaksanakan melalui observasi kebutuhan, penyusunan materi, perancangan, penyesuaian, dan pendampingan penggunaan spanduk. Kegiatan memberikan dasar bagi masyarakat untuk memiliki media promosi yang lebih tertata, informatif, dan mudah dikenali. Spanduk juga dapat menjadi salah satu media awal dalam memperkuat pengenalan usaha masyarakat serta mendukung pengembangan strategi promosi yang

lebih luas. Keberlanjutan manfaat program bergantung pada pemanfaatan media secara konsisten dan pengembangan promosi secara bertahap.

#### **DAFTAR PUSTAKA**

Keller, K. L. (2013). *Strategic Brand Management: Building, Measuring, and Managing Brand Equity* (4th ed.). Pearson.

Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing Management* (15th ed.). Pearson.

<https://www.neliti.com/publications/491221/penggunaan-spanduk-dan-brosur-sebagai-bahan-penunjang-media-publikasi-kegiatan>

[http://journal.lppmunindra.ac.id/index.php/Jurnal\\_Desain/article/view/2572](http://journal.lppmunindra.ac.id/index.php/Jurnal_Desain/article/view/2572)

<https://www.academia.edu/download/74660255/1568.pdf>

<https://ejournal.ummuba.ac.id/index.php/pgsd/article/view/196>

<https://www.academia.edu/download/67920298/92.pdf>

Dokumen contoh jurnal KKM yang diberikan sebagai acuan struktur dan konteks kegiatan pengabdian di Desa Kragilan.