

## Rebranding Dan Pembuatan Konten Produk Untuk Media Sosial Pada Brand Radyt Fashion, Mangga Dua Square Jakarta

Adi Iryanto<sup>1\*)</sup>, Fajar M Adhi Pradana<sup>2</sup>, Fatya Amaliyah<sup>3</sup> Indriyani Nurmalasari<sup>4</sup>,  
Muhammad Revan<sup>5</sup> Nurlita Fitriana<sup>6</sup>, Vanessa Permata<sup>7</sup>  
Sekolah Tinggi Desain Interstudi

---

### **Abstract:**

*The muslim fashion business is the favorite, so a business must continue to innovate, include creat a good brand image and promotion products that are in accordance with digital developments in order to compete. Radyt Fashion is one of the Muslim fashion business, it does not yet have a brand logo for its business, besides that promotions are carried out only wait the buyers at their shop located in Mangga Dua Square. So this community service activity was carried out for the Radyt Fashion Brand to rebranding in the form of creating a new logo and brand image and creating product content for social media. The output of this rebranding activity is to expand the target market and increase the number of consumers from Radyt Fashion so that its business can compete with competitors.*

**Key Words:** Rebranding, Muslim Fashion Business, Social Media Content

### **Abstrak:**

Bisnis *fashion* muslim saat ini sangat menjamur, sehingga sebuah bisnis harus terus melakukan inovasi diantaranya menciptakan citra brand yang baik dan promosi produk yang sesuai dengan perkembangan digital agar dapat bersaing. Radyt Fashion merupakan salah satu UMKM fashion muslim, belum memiliki logo brand untuk bisnisnya, selain itu promosi yang dilakukan hanya dengan menunggu pembeli di tokonya yang terletak di Mangga Dua Square. Maka kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini dilakukan kepada Brand Radyt Fashion dengan melakukan rebranding berupa pembuatan logo dan citra brand baru dan pembuatan konten produk untuk media sosial. Luaran dari kegiatan rebranding ini ialah memperluas target pasar dan peningkatan jumlah konsumen dari Radyt Fashion agar bisnisnya dapat bersaing dengan kompetitor.

**Kata Kunci:** Rebranding, Bisnis Busana Muslim, Konten Media Sosial

## PENDAHULUAN

Usaha Mikro, Kecil dan Menengah yang biasa disingkat UMKM adalah bisnis yang dijalankan individu, rumah tangga, atau badan usaha ukuran kecil. Dengan banyaknya pemutusan kerja dan sulitnya mencari pekerjaan saat ini, pemerintah terus menggalakkan UMKM agar terus berkembang tidak hanya lingkup nasional tapi hingga lingkup international. UMKM yang saat ini berkembang salah satunya ialah bidang fashion, dimana Indonesia akan menjadi trend fashion muslim dunia.

Banyaknya UMKM yang bergerak di bidang fashion muslim membuat Radyt Fashion memiliki banyak kompetitor. Radyt Fashion yang berlokasi di Mangga Dua Square saat ini belum menunjukkan koleksinya di penjualan online. Maka dari itu, dirasa perlu untuk dilakukan perubahan citra brand atau rebranding pada UMKM Radyt Fashion agar penjualan produknya menjadi lebih luas, sehingga dapat meningkatkan hasil penjualan, dan menjadi pembeda dengan kompetitor lain yang sejenis.

## METODE PELAKSANAAN

Waktu pelaksanaan kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat yaitu sejak bulan April sampai bulan Agustus 2020. Tempat pelaksanaan kegiatan PKM ini dilakukan di UMKM Radyt Fashion, Mangga Dua Square, Jakarta Barat, Provinsi DKI Jakarta. Khalayak sasaran yang dituju dalam kegiatan ini terdiri dari 3 aspek:

1. Demografis:
  - a. Jenis kelamin : Perempuan
  - b. Usia : 12-50 tahun
  - c. Pendidikan : SLTA & Mahasiswa
  - d. Pekerjaan : Skala Umum
2. Geografis: Berada di kawasan Mangga Dua Square, Jakarta Barat.
3. Psikografis: Psikografis target audien adalah wanita muslim yang ingin selalu *fashionable* dengan harga busana yang terjangkau.

Partisipasi mitra dalam pelaksanaan program adalah berperan aktif dalam setiap kegiatan yang di programkan dan sanggup mengimplementasikan hasil kegiatan. Waktu kegiatan untuk menghasilkan solusi masalah yang ditawarkan kepada mitra, disajikan pada tabel 1.

Tabel 1. Jadwal Kegiatan

No.	Nama Kegiatan	Waktu Kegiatan				
		April	Mei	Juni	Juli	Agustus
1.	Penetapan Judul Kegiatan					
2.	Analisis Produk					
3.	Pembuatan Proposal					
4.	Persiapan Rebranding Desain Identitas Usaha					
5.	Pelaksanaan Rebranding Desain Identitas Usaha					
6.	Proses Produksi Rebranding Desain Identitas Usaha					
7.	Mendistribusikan Hasil Rebranding Desain Identitas Usaha					
8.	Penyelesaian Hasil Proposal					

Rincian anggaran biaya dalam program Pengabdian kepada Masyarakat ini dapat dijabarkan ke dalam beberapa komponen-komponen yang sangat menunjang keberhasilan kegiatan tersebut

Tabel 2. Rincian Anggaran Biaya

No	Jenis	Jumlah	Harga
1	Dana Operasional (Makan, Transport, Observasi, Photoshoot)	-	Rp. 970.000
2	Sewa Studio, Model & Photographer	1	Rp. 1.200.000
3	Cetak X-Banner	2	Rp. 30.000
4	Tiang X-Banner	2	Rp. 60.000
5	Buble Wrap	1 ball kecil	Rp. 20.000
6	Kardus	1	Rp. 2.000
7	Pengiriman	1	Rp. 18.000
8	Cendramata	1 paket	Rp. 200.000
<b>Total</b>			<b>Rp. 2.500.000</b>

### HASIL DAN PEMBAHASAN

Luaran dari kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat (PkM) ini berupa desain logo baru dan katalog produk UMKM Radyt Fashion. Dengan desain logo baru dan foto serta video produk yang menarik dan detail diharapkan konsumen maupun calon konsumen mengingat secara visual dan tertarik untuk membeli pakaian muslim di Radyt Fashion. Target konsumen brand ini adalah wanita muslim yang ingin selalu fashionable untuk aktivitas sehari-hari dengan harga yang terjangkau. Maka citra yang dibangun ialah, fashion muslim masa kini dan terjangkau.



Gambar 1. Logo Radyt Fashion

Produk Radyt Fashion dikenalkan melalui media Sosial, untuk menghasilkan gambar produk yang menarik, maka dilakukan sesi photoshoot distudio foto Bersama photographer dan model, dengan hasil sebagai berikut:

a. Konten Foto



Gambar 2. Konten Foto

b. Konten Video



Gambar 3 Konten Video

c. Konten Motion



Gambar 4. Konten Motion

### SIMPULAN

Brand Radyt Fashion sejak berdiri brlum memiliki identitas visual berupa logo untuk usahanya, selain itu penjualan hanya dilakukan secara konvensional sehingga terjadi penurunan penjualan dimasa pandemi Covid-19. Rebranding yang dilakukan pada UMKM Radyt Fashion ialah:

1. Logo baru dengan merepresentasikan Brand Radyt Fashion
2. Citra yang dibangun untuk brand Radyt Fashion ialah fashion muslim masa kini dengan harga terjangkau.
3. Langkah yang dilakukan untuk mengembangkan identitas usaha, dengan menerapkan logo brand pada display toko, dan membuat konten foto, video dan motion produk untuk konten media sosial Brand Radyt Fashion.

### UCAPAN TERIMA KASIH

Tim pelaksanaan kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat mengucapkan terimakasih kepada semua pihak yang telah membantu dalam pelaksanaan kegiatan ini. Selain itu terimakasih juga kepada Sekolah Tinggi Desain Interstudi yang memberikan kesempatan kepada kami untuk melaksanakan kegiatan PkM ini di masa pandemic Covid-19.

### DAFTAR RUJUKAN

- Calvin, Mozari; Kartasudjana, Tata. 2018. Skripsi: Perancangan Rebranding Serta Aktifitas Promosi Terhadap Produk UMKM Bir Pletok Alifah. Bandung: Universitas Pasundan.
- Purnama, Vera, Et Al,. 2019. Perancangan Rebranding UMKM Keripik Tempe Reza. Surabaya. Universitas Kristen Petra
- Thomas, Jerry. F. 2015. Analisa Pengaruh Rebranding Terhadap Brand Association Dengan Brand Image Sebagai Variabel Intervening Terhadap Customer Loyalty Pada PT Telkom Indihome Surabaya. Surabaya: Universitas Kristen Petra