

PENGEMBANGAN IDENTITAS VISUAL UNTUK MENINGKATKAN BRANDING UMKM KILLA CAKE & BAKERY

Maharian Agung¹⁾, Apriliana²

^{1,2} Universitas Putra Indonesia YPTK Padang

Email : maharianagung27@gmail.com

Abstrak

UMKM Killa Cake & Bakery merupakan salah satu usaha kue di kota Padang yang beralamat Jalan Anak Air Lubuk Buaya, Batipuh Panjang, Kec. Koto Tengah, Kota Padang, Sumatera Barat. Dirintis oleh Ilawati sejak tahun 2016 dengan menjual kue ragam, donat, roti, dan bolu. Meskipun memiliki produk berkualitas, Killa Cake & Bakery menghadapi tantangan dalam hal branding dan pemasaran yang efektif. Identitas visual yang kuat dan konsisten sangat penting untuk menarik perhatian konsumen dan membedakan produk di pasar yang kompetitif. PKM ini bertujuan untuk mengembangkan identitas visual yang mampu meningkatkan *branding* Killa Cake & Bakery, melalui analisis elemen-elemen seperti logo, palet warna, dan tipografi. Metode yang digunakan meliputi studi literatur, survei, dan pengembangan desain. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa identitas visual yang dirancang secara profesional dapat meningkatkan daya tarik konsumen, menciptakan kesan yang positif, serta meningkatkan loyalitas pelanggan.

Kata kunci: Identitas Visual, *Branding*, UMKM, Killa Cake & Bakery, Desain Logo



Karya ini dilisensikan di bawah [Creative Commons Attribution 4.0 International License](#).

PENDAHULUAN

UMKM (Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah) memainkan peran penting dalam perekonomian Indonesia, berkontribusi signifikan terhadap lapangan kerja dan pertumbuhan ekonomi. Di antara berbagai jenis UMKM, sektor makanan dan minuman, khususnya kue dan roti, terus menunjukkan pertumbuhan yang pesat. Namun, banyak UMKM di sektor ini, termasuk Killa Cake & Bakery, menghadapi tantangan dalam hal pengenalan merek dan diferensiasi produk di pasar yang semakin kompetitif.

Killa Cake & Bakery, meskipun memiliki produk berkualitas tinggi dan beragam, belum sepenuhnya memanfaatkan potensi branding yang efektif. Identitas visual yang kuat merupakan salah satu elemen kunci dalam membangun citra merek yang menarik dan mudah diingat oleh konsumen. Elemen-elemen seperti logo, palet warna, tipografi, dan desain kemasan memiliki peran penting dalam menciptakan kesan pertama yang positif dan membedakan produk dari pesaing.

Dalam era digital saat ini, di mana konsumen memiliki akses yang lebih luas terhadap berbagai pilihan produk melalui media sosial dan platform e-commerce, penting bagi Killa Cake & Bakery untuk memiliki identitas visual yang menonjol. Identitas visual yang konsisten tidak hanya menarik perhatian, tetapi juga membantu membangun kepercayaan dan loyalitas pelanggan. Ketika konsumen merasa terhubung secara emosional dengan sebuah merek, mereka lebih cenderung untuk memilih produk tersebut dibandingkan produk lain yang kurang dikenal.

Peranan pemasaran dalam konteks ini sangat krusial. Strategi pemasaran yang efektif harus berintegrasi dengan identitas visual untuk menciptakan citra merek yang holistik. Penggunaan media sosial dan kampanye pemasaran digital dapat diperkuat dengan identitas visual yang

menarik, sehingga pesan yang disampaikan lebih mudah diterima dan diingat oleh konsumen. Selain itu, kemasan yang menarik dapat meningkatkan pengalaman pengguna dan menjadi alat pemasaran yang efektif ketika dibagikan di media sosial.

Dengan memanfaatkan elemen-elemen desain yang tepat, Killa Cake & Bakery dapat meningkatkan visibilitas merek dan memperluas jangkauan pasar. Pemasaran yang efektif juga mencakup pemahaman yang mendalam mengenai target audiens, sehingga strategi komunikasi dapat disesuaikan dengan preferensi dan kebutuhan konsumen. Hal ini akan membantu Killa Cake & Bakery dalam mengidentifikasi segmen pasar yang tepat dan merumuskan pesan yang relevan.

Melalui penelitian ini, diharapkan dapat diidentifikasi strategi yang efektif dalam merancang identitas visual untuk Killa Cake & Bakery. Penelitian ini akan melibatkan analisis mendalam terhadap elemen-elemen desain yang dapat mencerminkan nilai-nilai inti dari usaha ini, seperti kualitas, keaslian, dan kreativitas.

Dengan demikian, fokus utama penelitian ini adalah menciptakan identitas visual yang tidak hanya mencerminkan nilai dan kualitas produk, tetapi juga mampu bersaing di pasar yang semakin dinamis serta mendukung pertumbuhan yang berkelanjutan bagi Killa Cake & Bakery.

Akhirnya, dengan adanya pengembangan identitas visual yang profesional dan konsisten, diharapkan Killa Cake & Bakery dapat mencapai tujuan pemasaran yang lebih tinggi, meningkatkan kepuasan pelanggan, serta berkontribusi pada pertumbuhan ekonomi lokal. Pemasaran yang efektif, yang didukung oleh identitas visual yang kuat, diharapkan dapat menciptakan sinergi yang positif, mendorong pertumbuhan usaha, dan meningkatkan daya saing di industri kuliner.

METODE PENGABDIAN

Metode pengabdian dalam penelitian ini dirancang untuk mengembangkan identitas visual Killa Cake & Bakery dengan pendekatan yang sistematis dan terintegrasi. Berikut adalah langkah-langkah yang akan diambil:

1. Studi Literatur

Tahap pertama melakukan kajian terhadap teori-teori dan praktik terbaik dalam identitas visual dan branding. Tahap kedua menganalisis berbagai sumber, termasuk buku, jurnal, dan artikel terkait, untuk memahami elemen-elemen desain yang efektif.

2. Survei dan Analisis Pasar

Melakukan survei kepada konsumen dan pemangku kepentingan untuk mengumpulkan data tentang persepsi merek Killa Cake & Bakery saat ini. Setelah itu dilakukan analisa kompetitor di pasar untuk memahami posisi Killa Cake & Bakery dan mengidentifikasi peluang diferensiasi.

3. Workshop dan Diskusi

Mengadakan workshop dengan pemilik dan karyawan Killa Cake & Bakery untuk mendapatkan masukan tentang nilai-nilai dan visi perusahaan. Dilanjtkan dengan diskusi kelompok untuk mengeksplorasi ide-ide kreatif dalam pengembangan identitas visual yang mencerminkan karakter usaha.

4. Perancangan Identitas Visual

Mengembangkan elemen-elemen identitas visual, termasuk logo, palet warna, tipografi, dan desain kemasan. Membuat beberapa konsep desain yang dapat dipilih, berdasarkan hasil survei dan diskusi.

5. Uji Coba dan Evaluasi

Menguji konsep desain yang dipilih dengan audiens target melalui focus group discussion (FGD) untuk mendapatkan umpan balik. Melakukan revisi berdasarkan masukan dari audiens untuk memastikan desain memenuhi harapan konsumen dan mencerminkan nilai-nilai usaha.

6. Implementasi

Membantu Killa Cake & Bakery dalam menerapkan identitas visual yang telah dirancang ke dalam berbagai aspek, termasuk kemasan produk, media sosial, dan materi pemasaran. Memberikan pelatihan kepada karyawan tentang bagaimana menerapkan identitas visual secara konsisten dalam interaksi dengan pelanggan.

7. Monitoring dan Evaluasi

Mengembangkan rencana pemantauan untuk mengevaluasi efektivitas identitas visual baru dalam meningkatkan branding dan penjualan. Mengumpulkan data dan umpan balik setelah implementasi untuk menilai dampak perubahan terhadap kepuasan pelanggan dan pertumbuhan usaha.

HASIL DAN DISKUSI

Adapun bentuk kegiatan serta penjelasan yang dilaksanakan yang telah diuraikan dalam metode sebagai Berikut:

1. Hasil Studi Literatur

Studi literatur ini bertujuan untuk menggali teori dan praktik terbaik dalam pengembangan identitas visual dan branding, serta memahami elemen-elemen desain yang efektif. Berikut adalah hasil dari kajian yang dilakukan:

a. Pengertian Identitas Visual

Identitas visual adalah representasi grafis dari merek yang mencakup logo, warna, tipografi, dan elemen desain lainnya. Identitas ini berfungsi untuk membedakan merek dari pesaing dan menciptakan citra yang mudah dikenali oleh konsumen (Henderson & Cote, 1998).

b. Komponen Utama Identitas Visual

Logo: Logo yang baik harus sederhana, mudah diingat, dan relevan dengan nilai serta misi perusahaan. Desain logo yang efektif dapat meningkatkan pengenalan merek (Keller, 2003). Dalam perancangan logo, pendekatan semiotika dapat digunakan untuk menghasilkan strategi visual yang efektif sesuai dengan citra yang ingin disampaikan.

Palet Warna: Warna memiliki dampak emosional yang kuat. Pemilihan palet warna yang tepat dapat mempengaruhi persepsi konsumen terhadap merek (Labrecque & Milne, 2013). Psikologi warna memainkan peran penting dalam branding, karena warna dapat mencerminkan pandangan emosional suatu budaya.

Tipografi: Jenis huruf yang digunakan dalam branding juga berperan penting. Tipografi harus mudah dibaca dan mencerminkan karakter merek (Mahnke, 1996). Tipografi yang unik dan konsisten dapat membantu merek membedakan diri dari pesaing dan menciptakan kesan yang mendalam di benak audiens.

Desain Kemasan: Kemasan produk tidak hanya berfungsi sebagai pelindung, tetapi juga sebagai media komunikasi. Desain kemasan yang kreatif dapat meningkatkan daya tarik visual produk, memperkuat identitas merek, dan memberikan pengalaman positif kepada konsumen (Silayoi & Speece, 2007).

c. Peran Branding dalam Pemasaran

Branding yang kuat dapat menciptakan loyalitas pelanggan dan meningkatkan nilai merek (Aaker, 1991). Konsumen cenderung memilih merek yang mereka kenali dan percayai. Branding yang efektif juga membantu dalam menciptakan hubungan emosional antara merek dan konsumen.

Penggunaan media sosial dan pemasaran digital memungkinkan merek untuk berinteraksi lebih dekat dengan audiens, memperkuat citra merek dan meningkatkan engagement (Kaplan & Haenlein, 2010).

d. Praktik Terbaik dalam Pengembangan Identitas Visual

Konsistensi: Konsistensi dalam penggunaan elemen-elemen identitas visual di semua platform dan media komunikasi sangat penting untuk membangun citra merek yang kuat (Madhavaram, Badrinarayanan, & McDonald, 2005).

Adaptabilitas: Identitas visual harus cukup fleksibel untuk beradaptasi dengan berbagai konteks dan platform tanpa kehilangan esensinya (Schmitt & Simonson, 1997).

Umpan Balik Konsumen: Melibatkan audiens target dalam proses pengembangan identitas visual dapat memberikan wawasan berharga dan memastikan bahwa desain yang dihasilkan sesuai dengan harapan konsumen.

Hasil dari studi literatur ini memberikan fondasi yang kuat untuk pengembangan identitas visual Killa Cake & Bakery, dengan fokus pada elemen-elemen desain yang efektif dan strategi branding yang dapat meningkatkan daya saing di pasar.

2. Hasil Survei dan Analisis Pasar

Hasil survei dan analisis pasar ini bertujuan untuk memahami persepsi konsumen terhadap Killa Cake & Bakery serta posisi merek di antara pesaing. Metodologi yang digunakan mencakup survei, wawancara dan analisis

a. Metodologi Survei

Sampel Responden: Survei dilakukan terhadap 100 responden yang merupakan pelanggan potensial dan pelanggan setia Killa Cake & Bakery. Responden dipilih berdasarkan demografi, termasuk usia, jenis kelamin, dan lokasi. Alat Survei: Kuesioner online yang terdiri dari pertanyaan tertutup dan terbuka. Pertanyaan meliputi: Tingkat kepuasan terhadap produk Killa Cake & Bakery, persepsi terhadap identitas visual (logo, kemasan, warna), dan faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian



Gambar 1. Logo lama Killa Cake & Bakery

b. Hasil Survei

Sampel Tingkat Kepuasan:

- 78% responden menyatakan sangat puas dengan kualitas produk.
- 15% responden merasa puas, sedangkan 7% menyatakan kurang puas.

Persepsi Identitas Visual:

- 60% responden mengenali logo Killa Cake & Bakery, namun hanya 30% yang merasa logo tersebut menarik.
- 50% responden memberikan feedback positif tentang kemasan produk, sementara 40% menyatakan kemasan kurang menarik.

Faktor Pembelian:

- 65% responden menyebut kualitas produk sebagai faktor utama dalam keputusan pembelian.
- 25% responden menyebut kemasan dan branding sebagai faktor penting.
- 10% menyebut harga sebagai pertimbangan utama.

c. Wawancara dengan Pelanggan

Wawancara mendalam dilakukan dengan 10 pelanggan setia untuk menggali lebih dalam tentang pengalaman mereka. Beberapa temuan kunci meliputi:

- Pelanggan menyukai variasi rasa yang ditawarkan, tetapi merasa identitas visual Killa Cake & Bakery kurang menonjol di rak toko.
- Banyak pelanggan menginginkan kemasan yang lebih menarik dan informatif untuk meningkatkan daya tarik produk.

d. Hasil Analisa

Hasil survei dan analisis pasar menunjukkan bahwa Killa Cake & Bakery memiliki produk berkualitas tinggi, tetapi perlu memperbaiki identitas visual dan strategi pemasaran untuk meningkatkan daya saing. Konsumen menginginkan kemasan yang menarik dan informasi lebih lanjut tentang produk.

Rekomendasi berikutnya adalah untuk fokus pada pengembangan elemen identitas visual yang lebih kuat dan memanfaatkan media sosial untuk meningkatkan visibilitas merek. Dengan langkah-langkah ini, Killa Cake & Bakery dapat memperkuat posisinya di pasar dan meningkatkan loyalitas pelanggan.

3. Workshop dan Diskusi

Workshop dan diskusi yang dilakukan bertujuan untuk mengumpulkan ide, masukan, dan perspektif dari pemilik serta karyawan Killa Cake & Bakery terkait pengembangan identitas visual. Kegiatan ini melibatkan dua sesi, yaitu sesi brainstorming dan sesi evaluasi.



Gambar 2 . Brainstorming



Gambar 3 . Workshop dihadiri oleh owner Killa Cake & Bakery

Hasil workshop menunjukkan bahwa ada kesepakatan di antara peserta mengenai pentingnya menciptakan identitas visual yang mencerminkan nilai-nilai inti Killa Cake & Bakery. Elemen-elemen desain yang diusulkan mencakup logo yang sederhana tetapi menarik, palet warna ceria, kemasan ramah lingkungan, dan tipografi yang unik.

4. Perancangan Identitas Visual

Perancangan identitas visual Killa Cake & Bakery bertujuan untuk menciptakan elemen-elemen desain yang konsisten dan menarik, yang dapat mencerminkan nilai-nilai merek dan

meningkatkan daya tarik di pasar. Proses ini melibatkan beberapa tahap, termasuk pengembangan logo, palet warna, tipografi, dan desain kemasan. Berikut adalah hasil lengkap dari perancangan identitas visual:

a. Konsep verbal dan visual

Konsep verbal pada perancangan visual identity ini adalah membangun imaga yang kuat ditengah masyarakat dan pesaing usaha serupa. Selain dari itu, konsep verbal juga menggambarkan karakteristik yang kuat dan menarik kedalam sebuah karya, baik untuk karya utama maupun kepada karya pendukung. Perancangan mengaktualisasikan nilai-nilai budaya minangkabau yang terkandung didalamnya baik dari segi cita rasa maupun dari segi penyajian kedalam identitas original karya.

Konsep visual pada perancangan ini adalah minimalis, elegan, modern dan mewah. Konsep visual ini mempresentasikan karakter dan indentitas original dari killa cake & bakery. Visual identity pada perancangan ini sangat memperhatikan unsur-unsur desain dan elemen- elemen desain, warna, tipografi dan layout yang banyak tampil kedalam bentuk visual. Penerapan media utama dari perancangan visual identity killa cake & bakery adalah terdiri dari dua unsur yang antara lain adalah daun gandum dan topi koki. Kedua unsur ini akan dikombinasikan menjadi satu logo atau brand. Penerapan pada media pendukung memiliki unity (kesatuan) baik dalam penggunaan warna, tipografi, patten dan style desain.

b. Studi Karakter Logo

Karakter logo merupakan salah satu komponen penting dalam desain, karena dengan adanya karakter dapat membantu memudahkan seseorang untuk memahami makna dari suatu hal. Adapun beberapa objek tersebut diantaranya yaitu: (1) karakter topi koki menjadikan salah satu unsur yang akan diaplikasikan ke dalam perancangan logo, salah satu komponen dari ilustrasi koki yang akan divisualisasikan adalah bagian topi koki. Hal ini di karenakan usaha Killa Cake & Bakery menjual masakan olahan sendiri, dan (2) gandum mengandung magnesium yang diperlukan tubuh untuk mencerna asupan karbohidrat. Mengonsumsi makanan dengan kandungan magnesium yang tinggi dapat meningkatkan fungsi hormone insulin. Dan gandum pun identic dengan salah satu bahan membuat roti.



Gambar 4. Studi Karakter topi koki



Gambar 5. Studi karakter gandum

c. Studi Tipografi

Pada perancangan ini tipografi yang ditepa ada dua font ialah trajan pro bold dan playfair display



Gambar 6. Alternatif Tipografi

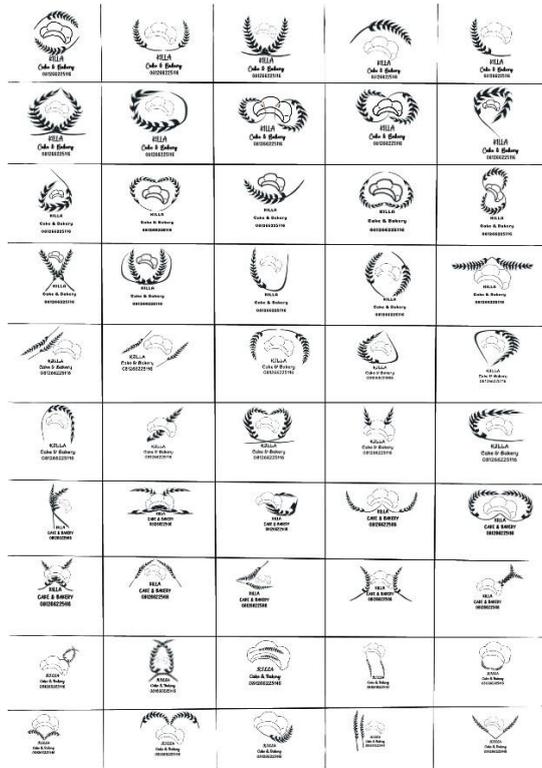
d. Studi warna

Warna	Jenis	Kode	Deskripsi	Terpilih
	Hijau	#4E661F	Hijau melambangkan makanan sehat tanpa penyedap, pengawet, dan sebagainya.	✓
	Soft Coklat	#BC6978	Coklat melambangkan kesan yang sederhana, kuat dan tahan lama.	✓

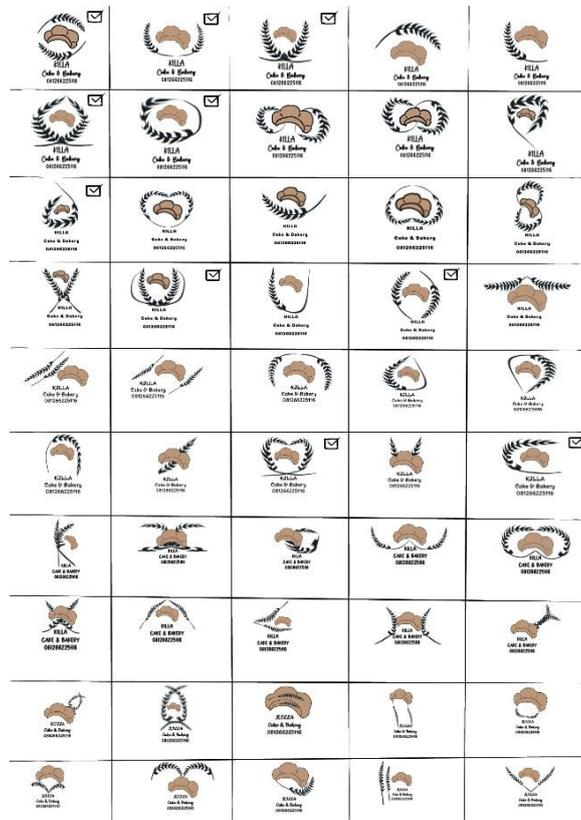
Gambar 7. Deskripsi warna

e. Pembakuan logo

proses ini berisikan alternatif logo, pewarnaan logo, final logo, black and white logo, deskripsi logo, dan pengaplikasian logo.



Gambar 8. Alternatif Logo Digital



Gambar 9. Alternatif Logo Tahap Pewarnaan



Gambar 10. Final Logo



Gambar 11. Black & white Logo



Gambar 12. Deskripsi Logo



Gambar 13. Pengaplikasian Logo

5. Hasil uji coba dan evaluasi

Uji coba dan evaluasi identitas visual Killa Cake & Bakery dilakukan untuk mengukur efektivitas desain yang telah dikembangkan dan mendapatkan umpan balik dari audiens target. Berikut adalah hasil uji coba logo melalui survei:

- Tingkat Pengenalan: 70% responden dapat mengenali logo Killa Cake & Bakery setelah melihatnya, menunjukkan daya tarik yang baik.
- Kesan Pertama: 60% responden menyatakan bahwa logo terlihat menarik dan mencerminkan kualitas produk. Namun, 20% merasa logo masih kurang menonjol dibandingkan pesaing.
- Saran Perbaikan: Beberapa responden menyarankan untuk menambahkan elemen visual yang lebih menggugah selera, seperti gambar kue atau cupcake yang lebih jelas.

Berikut adalah hasil evaluasi: Identitas visual Killa Cake & Bakery berhasil menciptakan daya tarik yang positif di kalangan audiens target. Logo dan tipografi dinilai baik, tetapi masih terdapat beberapa area yang perlu diperbaiki untuk meningkatkan pengenalan dan daya saing di pasar.

KESIMPULAN

Pengabdian ini berhasil mengembangkan identitas visual Killa Cake & Bakery melalui pendekatan sistematis yang meliputi survei pasar, workshop, perancangan desain, dan uji coba. Berikut adalah poin-poin utama:

1. Identitas Visual Konsisten: Logo, palet warna, tipografi, dan desain kemasan dirancang untuk mencerminkan nilai kualitas, keaslian, dan kreativitas.
2. Respon Positif Audiens: Uji coba menunjukkan bahwa audiens target memberikan respon positif terhadap elemen desain baru, dengan kemasan dan informasi yang jelas menjadi faktor kunci dalam keputusan pembelian.
3. Keterlibatan Pelanggan: Melibatkan pelanggan dalam proses desain memberikan wawasan berharga dan meningkatkan relevansi desain.
4. Peningkatan Daya Saing: Identitas visual baru diharapkan meningkatkan daya saing Killa Cake & Bakery di pasar, meskipun masih ada ruang untuk perbaikan, terutama di media sosial.
5. Rekomendasi Tindak Lanjut: Disarankan untuk merevisi logo, memperkuat strategi pemasaran di media sosial, dan terus mengumpulkan umpan balik pelanggan.

Dengan langkah-langkah ini, Killa Cake & Bakery dapat memperkuat posisinya di pasar dan meningkatkan kepuasan pelanggan.

DAFTAR PUSTAKA

- Aaker, D. A. (1991). *Managing Brand Equity: Capitalizing on the Value of a Brand Name*. Free Press.
- Henderson, P. W., & Cote, J. A. (1998). Guidelines for selecting or modifying logos. *Journal of Marketing*, 62(2), 14-30.
- Kaplan, A. M., & Haenlein, M. (2010). Users of the world, unite! The challenges and opportunities of Social Media. *Business Horizons*, 53(1), 59-68.
- Keller, K. L. (2003). Brand synthesis: The multidimensionality of brand knowledge. *Journal of Consumer Research*, 29(4), 595-600.

- Labrecque, L. I., & Milne, G. R. (2013). To be or not to be different: Exploration of norms and benefits of color in branding. *Journal of Brand Management*, 20(5), 401-418.
- Mahnke, F. H. (1996). *Color, Environment, and Human Response*. Wiley.
- Madhavaram, S. G., Badrinarayanan, V., & McDonald, R. E. (2005). Integrated marketing communication (IMC) and brand equity. *Journal of Advertising*, 34(3), 69-80.
- Olins, W. (2008). *The Brand Handbook*. Thames & Hudson.
- Schmitt, B. H., & Simonson, A. (1997). *Marketing Aesthetics: The Strategic Management of Brands, Identity, and Image*. Free Press.
- Silayoi, P., & Speece, M. (2007). The importance of packaging attributes: A conjoint analysis approach. *European Journal of Marketing*, 41(11/12), 1495-1517.

BIODATA PENULIS 1

1.	Nama lengkap (dengan gelar)	Maharian Agung., S.Ds., M.Sn.
2.	NIDN	1026119501
3.	Jenis Kelamin	Laki-laki
4.	Tempat / Tgl Lahir	Padang, 26 November 1995
5.	No. HP / Email	0811706441/ maharianagung27@gmail.com
6.	Nama Institusi Tempat Bekerja	Universitas Putra Indonesia YPTK Padang
7.	Alamat Kantor	Jl. Raya Lubuk Begalung Padang, Sumatera Barat

BIODATA PENULIS 2

1.	Nama lengkap (dengan gelar)	Apriliana, S.Sn.,M.Sn
2.	NIDN	1002049402
3.	NIK	1376014204940003
4.	Jenis Kelamin	Perempuan
5.	Tempat / Tgl Lahir	Payakumbuh, 02-04-1994
6.	Email	apriliana011@gmail.com apriliana@upiyptk.ac.id
7.	Nomor Telepon/HP	082381658575
8.	Nama Institusi Tempat Bekerja	Universitas Putra Indonesia YPTK Padang
9.	Alamat Kantor	Jl. Raya Lubuk Begalung Padang, Sumatera Barat
10.	Mata Kuliah yang Diampu	1. Pengantar Studi Seni Rupa 2. Metodologi Desain