



DKV VISUAL BRANDING

Oleh : Ade Moussadecq. S.Pd., M.Sn

Aturan perkuliahan :

- Terlambat hanya diperbolehkan 10 menit.
- Absensi hanya boleh 4 kali Alpa (bisa lulus dengan pertimbangan tertentu).
- Izin sakit harus menyertakan surat keterangan sakit kecuali dalam kondisi tertentu.
- Izin karena alasan tertentu hanya diperbolehkan 3 kali (kecuali dalam kondisi tertentu).
- Mahasiswa wajib mengikuti semua peraturan perkuliahan Studio DKV 4.

Pengantar

Brand (merek) merupakan identitas yang membedakan antar sesama baik manusia, produk, maupun tempat.

Google – Opera Browser

Sementara branding adalah sebuah kegiatan komunikasi secara visual untuk mempekuat sebuah brand guna dikenal oleh masyarakat luas (Tinarbuko , 2010).



Menurut Kotler (2009), *branding* merupakan nama, istilah, tanda, simbol, rancangan atau kombinasi dari semuanya yang dimaksudkan untuk mengidentifikasi barang atau jasa atau kelompok penjual dengan untuk membedakannya dari barang atau jasa pesaing.

Visual branding merupakan pembentuk merek suatu produk dengan tujuan meningkatkan citra dari produk tersebut di mata khalayak.

Elemen – Elemen Visual Branding

1. Nama merek.
2. Logo (logo type, monogram, bendera).
3. Warna = Biru (Profesional – Kepercayaan), Merah (Energi – Keberanian), dan Hijau (Alami – Sehat).
4. Typografi (Huruf) = Jenis huruf untuk memperkuat karakter brand, misal Serif = Elegant, San Serif = Modern – Bersih, dan Script = Artistik
5. Gaya visual = Ilustrasi, fotografi, layout, pattern, dan icon
6. Brand Assets = Grid, Sosial Media template, kemasan, stationary set, Kit set, merchandise
7. Media lini atas dan Media lini bawah.

Visual Branding, merupakan langkah penting bagi para pelaku usaha dalam meningkatkan penjualan produk atau jasanya.

Kenapa begitu penting ?



Menciptakan Kesan Pertama (First Impression)

Dalam dunia bisnis, konsumen sering menilai produk hanya dari tampilan.

Dalam 3–5 detik pertama, orang sudah memutuskan:

- ini terlihat profesional atau tidak
- ini mahal atau murahan
- ini layak dipercaya atau tidak

Visual branding yang kuat = Kesan pertama yang meyakinkan



Meningkatkan Kepercayaan Konsumen

Brand yang visualnya:

- konsisten
- rapi
- profesional

akan terlihat lebih **credible (terpercaya)**.



#Pemasaran

MEMBUAT MERK ATAU LABEL USAHA CAMILAN SENDIRI

VS



diKemas.com

Membuat Produk Lebih Mudah Diingat

Manusia lebih cepat mengingat visual dibanding teks.

Contohnya:

- warna khas
- bentuk logo
- gaya kemasan

Visual branding membantu brand **menempel di memori konsumen**



Membedakan dari Kompetitor

Di pasar UMKM, produk sering mirip :

- kopi sama-sama kopi
- keripik sama-sama keripik
- jasa desain sama-sama desain

Apa Yang membedakan ?

Identitas Visualnya

Brand dengan visual kuat akan ?

- Lebih menonjol di rak
- Lebih menonjol di marketplace
- Lebih menarik di media sosial



Meningkatkan Nilai Jual (Perceived Value)

Visual branding bisa membuat produk terlihat:

1. Lebih premium
2. Lebih eksklusif
3. Lebih berkualitas

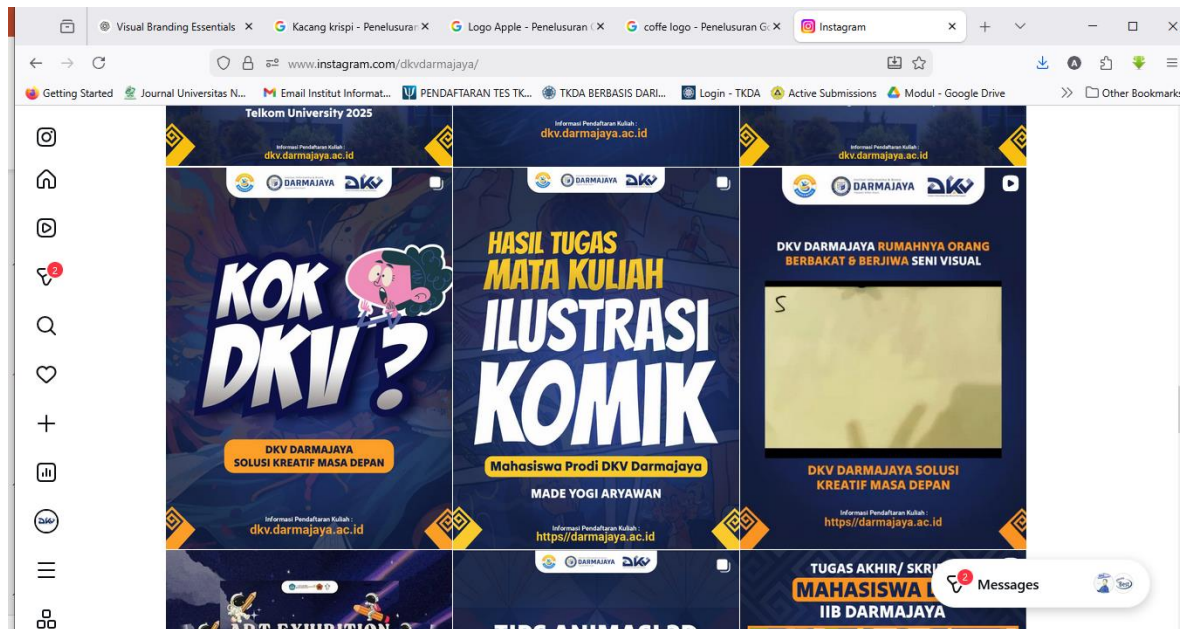


Mendukung Strategi Promosi & Marketing

Visual branding memudahkan pembuatan konten:

- Feed Instagram rapi
- Kemasan menarik untuk foto
- Poster promo konsisten
- Iklan lebih kuat secara visual

hasilnya: **promosi jadi lebih efektif**



Mendorong Loyalitas dan Repeat Order

Ketika brand punya identitas visual yang kuat:

1. Konsumen mudah mengenali
2. Merasa familiar
3. Akhirnya percaya dan loyal

Konsumen mudah
mengenali



Merasa Familiar



Akhirnya percaya
dan loyal



Langkah yang harus dilakukan dalam branding yaitu :

1. Membuat Desain Logo Menarik

Logo menarik akan sangat optimal untuk menaikkan brand image /kualitas usaha/jasa di mata konsumen.

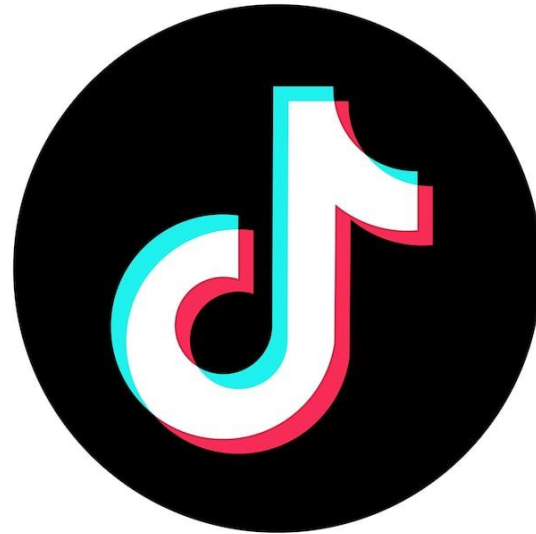


2. Melakukan Kampanye Iklan dan Promosi Berkelanjutan

Seorang pelaku usaha harus konsisten untuk keberhasilan memperkenalkan merek(brand) meskipun tidak mendapatkan perhatian serta mengeluarkan biaya yang tidak sedikit

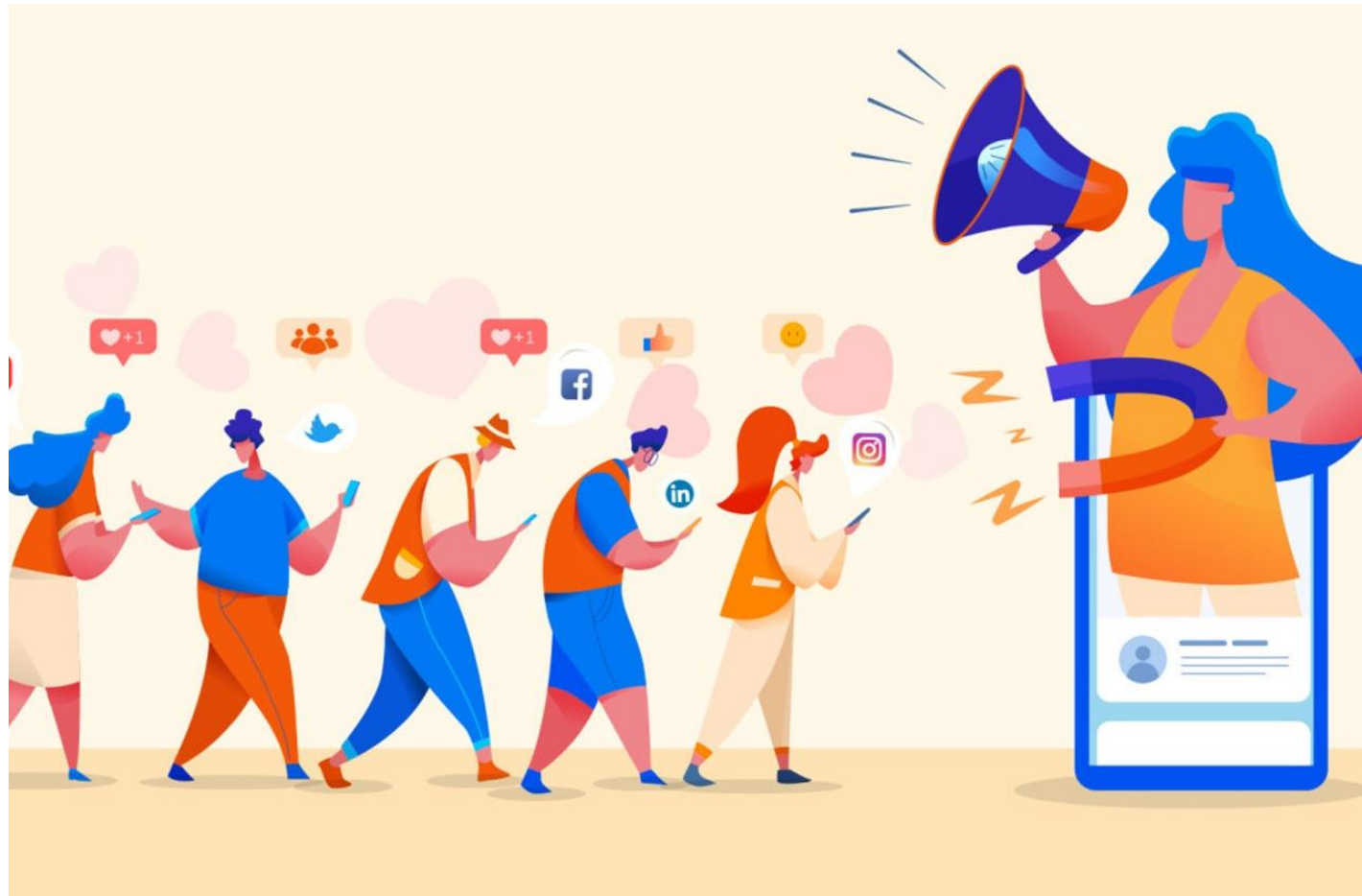


Salah satu strategi yang sering dilakukan dalam mengiklankan produk di era teknologi informasi pada saat sekarang ini adalah dengan mengiklankan produk atau merek (brand) di media sosial seperti : Instagram, Tik Tok dan Whatsapp



Iklan media sosial sangatlah efektif karena yang mampu menjangkau hingga 928,5 Juta orang audiens/calon konsumen.

Sumber : Nataconnexindo.com






Social Media Branding

Social media branding adalah strategi membangun, memperkuat, dan mengelola identitas merek (*brand identity*) melalui platform media sosial agar dikenal, dipercaya, dan diingat oleh audiens.

(Pusparini, 2025)

Branding di media sosial merupakan proses membentuk **citra, kepribadian, dan *positioning*** brand secara konsisten melalui konten visual, narasi, dan interaksi.

Tujuan Social Media Branding

- Meningkatkan *brand awareness*
 - Membangun **kepercayaan dan kredibilitas**
 - Membentuk **citra dan karakter *brand***
 - Menciptakan *engagement & loyalitas*
 - Mendukung penjualan secara tidak langsung
- 

Elemen Penting Social Media Branding

- **Identitas Visual** = *Konsistensi tampilan visual untuk sosial media branding*

- **Brand Voice (Gaya Komunikasi)**

Waktunya membawa ide kreatifmu menjadi identitas yang berdaya → Inspiratif

- **Konten Strategis**

Edukasi, Behind the scene, Testimoni, Storytelling, Promo

- **Engagement** = *Tingkat Keterlibatan atau interaksi pada suatu konten yang berkaitan dengan sosial media branding tersebut*

Contoh Strategi Sosial Media Branding

Misalnya sebuah Brand UMKM kopi,
dengan :

- ❖ Visual konsisten =
warna coklat- earth tone
- ❖ Tone komunikasi hangat dan akrab
- ❖ Konten *storytelling* tentang petani kopi lokal
- ❖ Interaktif dengan audiens lewat polling rasa favorit

  [dkvdarmajaya](#)



Hal Yang Disiapkan Ketika Masuk DKV

 [dkv.darmajaya.ac.id](#) 

  [dkvdarmajaya](#)



Keseruan Kuliah di DKV Darmajaya

 [dkv.darmajaya.ac.id](#) 

  [dkvdarmajaya](#)



Rekomendasi Aplikasi Desain

 [dkv.darmajaya.ac.id](#) 