



## *Creating digital branding and a visual identity for Edupark Cocoa Bigaran*

Prihatin Dwi hantoro✉, Dwi Susanti, Lintang Muliawanti, Annis Azhar Suryaningtyas, Fadillah Sandy, Alan Kusuma, Rizka Rahmawati, Tiffani Anggi Amelia, Della Anindita Putri

Universitas Muhammadiyah Magelang, Magelang, Indonesia

✉ [hantoro@ummgl.ac.id](mailto:hantoro@ummgl.ac.id)

 <https://doi.org/10.31603/ce.10093>

### **Abstract**

The Bigaran Cocoa Edupark business combines aspects of education and tourism with a focus on the chocolate industry. However, the Bigaran Cacao Edupark tour which was just pioneered in 2022 does not yet have a visual identity and is not widely known by the wider community. This community service activity aims to improve partners' skills related to the program related to digital branding of tourism and designing the visual identity of Bigaran Cocoa Edupark. This program is carried out with a participatory method which is focused on 1) training on tourism digital branding, and 2) designing the visual identity of Bigaran Cocoa Edupark. The implementation of activities is starting with observation, socialization, visual identity design, digital branding training and assistance, as well as monitoring and evaluation. The result of this program is the establishment of Instagram and Tiktok social media accounts accompanied by a time schedule content for 1 year as a promotional media. In addition, 1 set of graphic standard manual visual identity of Bigaran Cocoa Edupark consisting of logo, packaging and business card was also created along with the grant of chocolate molding goods.

**Keywords:** Cocoa edupark; Visual identity; Branding

## **Perancangan identitas visual dan branding digital Edupark Kakao Bigaran**

### **Abstrak**

Bisnis Edupark Kakao Bigaran menggabungkan aspek pendidikan dan pariwisata dengan fokus pada industri cokelat. Akan tetapi wisata Edupark Kakao Bigaran yang baru dirintis tahun 2022 belum mempunyai *visual identity* dan belum banyak dikenal oleh masyarakat. Kegiatan pengabdian pada masyarakat ini bertujuan untuk meningkatkan keterampilan mitra terkait *digital branding* wisata dan mendesain *visual identity* Edupark Kakao Bigaran. Program ini dilaksanakan dengan metode partisipatif yang difokuskan pada pelatihan *digital branding* wisata dan perancangan *visual identity* Edupark Kakao Bigaran. Kegiatan diawali dengan observasi, sosialisasi, perancangan *visual identity*, pelatihan dan pendampingan *digital branding*, serta monitoring dan evaluasi. Hasil dari kegiatan pengabdian ini adalah terbentuknya akun media sosial Instagram dan Tiktok disertai *time schedule content* selama 1 tahun sebagai media promosi. Selain itu juga tercipta 1 set *graphic standart manual visual identity* Edupark Kakao Bigaran yang terdiri dari logo, *packaging*, dan kartu nama disertai hibah barang molding coklat.

**Kata Kunci:** Edupark kakao; *Visual identity*; Branding

# 1. Pendahuluan

---

Desa Bigaran, Kecamatan Borobudur, Kabupaten Magelang terletak di Pegunungan Menoreh. Di perbatasan wilayah Kabupaten Magelang, dan Kulon Progo, Daerah Istimewa Yogyakarta. Mayoritas warga Bigaran bermata pencaharian sebagai petani. Dengan kondisi geografis berupa dataran tinggi, mereka menanam aneka tanaman. Mulai cabai, ketela, hingga kakao. Khusus kakao, mulanya buah itu tidak begitu laku. Mayoritas warga juga tidak tahu cara mengolahnya. Sehingga penjualan buah ini kurang maksimal. Sejak kehadiran Balkondes pada 2016, kakao di Bigaran mulai dikembangkan. Namun, ketika terjadi pandemi tahun 2020 berdampak pada penurunan penjualan kakao, bahkan sampai sekarang Desa Bigaran sepi pengunjung.

Tahun 2023 muncul sebuah inisiasi dari masyarakat untuk menghidupkan kembali wisata coklat namun dengan konsep berbeda. Edupark Kakao Bigaran menggabungkan pendidikan dan pariwisata dengan fokus pada industri coklat. Lokasi dari *edupark* ini terletak di Karang Sari RT 002 / RW 001 Bigaran, Kecamatan Borobudur, Kabupaten Magelang. Tujuan dari konsep Edupark Kakao Bigaran adalah memberikan pengalaman yang interaktif dan pendidikan kepada pengunjung dan memperkenalkan mereka pada proses produksi coklat, sejarahnya, serta aspek budaya dan kuliner. Industri kakao adalah pasar yang besar dan terus berkembang. Permintaan akan produk kakao berkualitas tinggi, serta minat pada pengalaman berbeda yang unik, menciptakan peluang bagi bisnis Edupark Kakao Bigaran untuk menarik wisatawan lokal maupun internasional. Konsep Edupark Kakao Bigaran menawarkan kesempatan untuk memperluas pengetahuan pengunjung tentang coklat, mulai dari proses pertanian biji kakao hingga pembuatan kakao. Pengunjung dapat belajar tentang teknik penanaman kakao, proses fermentasi dan pengolahan, serta pembuatan coklat secara langsung. Selain itu, mereka juga dapat mencicipi berbagai jenis coklat dan mempelajari cara memadukan rasa dengan makanan dan minuman lainnya. Edupark Kakao Bigaran menawarkan daya tarik pariwisata yang berbeda dari objek wisata konvensional. Ini memberikan pengalaman yang unik dan berbeda dari sekadar mengunjungi tempat wisata biasa. Wisatawan dapat merasakan interaksi langsung dengan proses produksi coklat, berpartisipasi dalam kelas memasak atau pencocokan makanan, serta menikmati *tour* perkebunan kakao yang indah.

Mengembangkan bisnis Edupark Kakao Bigaran dapat memberikan manfaat ekonomi dan sosial bagi komunitas setempat. Ini dapat menciptakan lapangan kerja baru, meningkatkan pendapatan masyarakat, serta mempromosikan kebudayaan dan kearifan lokal. Dengan menggabungkan pendidikan, pariwisata, dan industri coklat, bisnis Edupark Kakao Bigaran memiliki potensi untuk menarik minat pengunjung, memberikan pengalaman unik, dan memberikan manfaat bagi komunitas setempat. Nano Widodo, selaku pengagas Edupark Kakao Bigaran, menuturkan sejak awal tahun 2023 lalu dirintis usaha eduwisata kakao. Namun ada beberapa kendala yang dihadapi dalam pengembangan Edupark Kakao Bigaran ini, yang pertama adalah belum memiliki *visual identity* sehingga terlihat tidak profesional, pelanggan potensial mungkin meragukan kualitas produk atau layanan yang ditawarkan. Selain itu tanpa *visual identity* yang kuat, sulit bagi pelanggan untuk mengingat atau membedakan merek Edupark Kakao Bigaran dari yang lain. Tentu hal ini dapat menyebabkan kehilangan peluang bisnis dan penurunan daya saing. Perancangan identitas merek bertujuan untuk mempengaruhi persepsi wisatawan melalui elemen visual seperti

warna, tipografi, bentuk dan gambar (Dang, 2019). Permasalahan kedua adalah belum pahamnya pengelola Edupark Kakao Bigaran terkait *digital branding*. Di era digital yang terus berkembang, *digital branding* tidak hanya penting, tetapi juga menjadi keharusan bagi bisnis yang ingin bersaing dan bertahan. Menciptakan kehadiran yang kuat, membangun kesan merek yang positif, dan berinteraksi dengan pelanggan melalui platform digital akan membantu Edupark Kakao Bigaran memanfaatkan potensi penuh dari era digital untuk pertumbuhan dan keberlanjutan usaha Edupark Kakao Bigaran.

Dari pemaparan permasalahan yang ada, solusi yang ditawarkan untuk mengatasi masalah yaitu melaksanakan pelatihan kepada mitra terkait program *digital branding* wisata dan mendesain *visual identity* Edupark Kakao Bigaran. Diharapkan dengan solusi yang ditawarkan dapat mengembangkan bisnis *edutourism* cokelat dan memberikan dampak positif pada ekonomi lokal, termasuk pendapatan dari pariwisata, peningkatan penjualan produk cokelat lokal, serta penciptaan lapangan kerja di sektor pariwisata dan industri cokelat.

## 2. Metode

---

Kegiatan pengabdian dilakukan pada Juli-Agustus 2023 di Edupark Kakao Bigaran dengan pemilik Nano Widodo. Guna membantu tim pengelola wisata ini, maka akan dilakukan kegiatan pengabdian pada masyarakat dengan metode pendekatan partisipatif yang difokuskan pada:

### 2.1. Perencanaan

Program pengabdian masyarakat ini diawali dengan proses observasi dan analisis masalah mitra yang dilakukan pada Juni 2023. Berdasarkan hasil observasi ditemukan tiga permasalahan yang dihadapi oleh mitra, yakni:

- a. Tidak berkembangnya wisata edukasi coklat di Desa Bigaran yang telah dirintis sejak tahun 2017;
- b. Mitra belum memiliki *visual identity*; dan
- c. Keterbatasan pengetahuan dan wawasan pengelola Edupark Kakao Bigaran tentang *digital branding*.

### 2.2. Pelaksanaan

Proses pelaksanaan kegiatan pengabdian terdiri dari perancangan *visual identity* Edupark Kakao Bigaran dan hibah coklat molding custom. Dilanjutkan dengan pelatihan *digital branding* wisata Edupark Kakao Bigaran.

### 2.3. Evaluasi

Kegiatan dievaluasi setiap bulan, meliputi proses implementasi, partisipasi mitra dan pencapaian setiap program. Apabila hasil asesmen belum optimal, maka pelaksanaan kegiatan selanjutnya diharapkan dapat optimal.

## 3. Hasil dan Pembahasan

---

Implementasi kegiatan pengabdian di Desa Bigaran merupakan upaya untuk menyelesaikan permasalahan yang sudah dipetakan. Diawali dengan kegiatan sosialisasi tentang program yang hendak dilaksanakan bersama mitra pada minggu ke-4 Juni 2023. Tim bertemu dengan Bapak Nano dan Ibu Ismi, selaku pengelola Edupark

Kakao Bigaran. Tim berdiskusi bersama keduanya tentang rancangan program kegiatan sebagai bentuk tawaran solusi atas permasalahan yang saat ini dihadapi oleh mitra.

Dari diskusi dengan mitra menghasilkan rancangan strategi terkait bentuk edukasi yang tepat untuk pengelola Edupark Kakao Bigaran, yaitu strategi *digital branding*. Dalam proses pembangunan *digital branding* di Edupark Kakao Bigaran, kegiatan dilaksanakan dalam 2 tahapan, yaitu perancangan *visual identity* serta pelatihan dan pendampingan.

### 3.1. Perancangan *visual identity*

Pada tahap ini tim melakukan pemetaan kebutuhan untuk *visual identity* Edupark Kakao Bigaran berupa logo dan tagline. Logo dan tagline dirancang sedemikian rupa agar dapat merepresentasikan identitas, visi, dan misi dari Edupark Kakao Bigaran. **Gambar 1** merupakan alternatif desain visual identitas yang dirancang oleh tim.



Gambar 1. Alternatif logo 1 (kiri) dan logo 2 (kanan)

Berdasarkan diskusi mitra dan tim pengabdian masyarakat, akhirnya alternatif logo 2 terpilih menjadi *visual identity* bagi Edupark Kakao Bigaran. Selain itu tagline yang digunakan untuk Edupark Kakao Bigaran ini adalah rasa-pengetahuan-pengalaman. Hal tersebut sesuai dengan visi dan misi *edupark* yang akan memberikan pengalaman kepada target audiens. Selain dihasilkan logo, dari pemetaan *visual identity* juga dihasilkan desain molding coklat Kakao Bigaran yang selanjutnya diproduksi dan dihibahkan kepada mitra.

### 3.2. Pelatihan dan pendampingan

Pelatihan *digital branding* kepada mitra terlaksana pada tanggal Jumat 11 Agustus 2023 bertempat Desa Bigaran yang dihadiri oleh pengelola Edupark Kakao Bigaran. Pada kesempatan ini, Prihatain Dwihantoro menyampaikan materi tentang pemanfaatan sosial media untuk menunjang *digital branding* (**Gambar 2**). Hantoro menjelaskan hal pertama penting dilakukan dalam pembuatan konten ialah riset demografi audiens. Demografi audiens berkaitan tentang karakteristik audiens, usia, lokasi, gaya hidup, jenis kelamin, status sosial ekonomi, dan lainnya. Selain itu perlu juga beradaptasi dengan algoritma media sosial yang senantiasa berubah secara dinamis. Lebih lanjut ia juga menjelaskan dalam membuat konten perlu juga menentukan topik dan *keyword* yang selaras dengan hal yang sedang hangat dibicarakan saat ini. Selanjutnya barulah mengumpulkan bahan konten. Bahan ini berwujud data penunjang argumentasi konten yang dibuat.

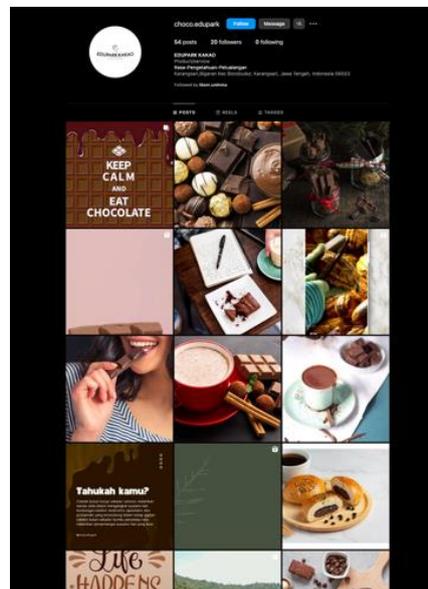
Dari kegiatan pelatihan yang telah dilakukan, mitra memperoleh pemahaman tentang strategi pemanfaatan media sosial untuk mendukung *digital branding*, khususnya dalam konteks pengelolaan Edupark Kakao Bigaran. Pada materinya, Hantoro juga

mengungkapkan pembuatan *time schedule* perlu dilakukan agar produksi konten konsisten.



Gambar 2. Materi pelatihan

Tim pengabdian juga membantu mitra mengaktifkan media sosial Instagram dan Tiktok beserta *time schedule content* selama 1 tahun sebagai media promosi dan saluran *digital branding* Edupark Kakao Bigaran yang disajikan pada Gambar 3. Rangkaian kegiatan pengabdian ini memberikan kontribusi positif kepada mitra sebagai upaya meningkatkan eksposur dan interaksi melalui media sosial untuk memperkuat citra dan brand Edupark Kakao Bigaran.



Gambar 3. Akun Instagram Edupark Kakao Bigaran

## 4. Kesimpulan

Program pendampingan perancangan *visual identity* wisata Edupark Kakao Bigaran dalam upaya pengembangan bisnis di Desa Bigaran telah memberikan dampak positif bagi mitra. Dari kegiatan pengabdian ini telah menghasilkan akun media sosial Instagram dan Tiktok beserta *time schedule content* selama 1 tahun sebagai media promosi. Selain itu juga tercipta 1 set *graphic standart manual visual identity* Edupark Kakao Bigaran yang terdiri dari logo, *packaging* dan kartu nama disertai hibah barang molding coklat. Dari rangkaian kegiatan pengabdian ini telah menciptakan identitas

merek yang kuat, memperluas jangkauan dan dampak organisasi, komunitas dan pelanggan, serta meningkatkan interaksi positif antara merek dan audiens mitra.

## Ucapan Terima Kasih

---

Tim pengabdian mengucapkan terima kasih atas segala dukungan baik pendanaan maupun lainnya kepada LPPM UNIMMA.

## Kontribusi penulis

---

Pelaksana kegiatan: PD, DS, LM, RR, TAA, DAP; Penyiapan artikel: PD, LM, FS; Analisis dampak pengabdian: AA, AK, DS; Penyajian hasil pengabdian: PD, FS, LM; Revisi artikel: LM.

## Daftar Pustaka

---

Dang, L. (2019). *Visual branding: A guide to designing visual identity : Case: Planrr.eu*.



This work is licensed under a Creative Commons Attribution Non-Commercial 4.0 International License

---