

UPAYA MENINGKATKAN BRANDING DKD ROOM GUEST HOUSE MELALUI MEDIA SOSIAL DAN DESAIN VISUAL

Made Ika Prastyadewi^{1,*}, I Gusti Putu Sayu Putri Kencana Dewi²,
Diah Anggeraini Hasri³

^{1,2}Universitas Mahasaraswati Denpasar, Bali, 80233, Indonesia

³Universitas Teknologi Sumbawa, Nusa Tenggara Barat, 84371, Indonesia

*Email: ika.prastyadewi@unmas.ac.id

ABSTRAK

Permasalahan branding digital masih banyak dihadapi oleh pelaku usaha, termasuk DKD Room Guest House yang berlokasi di Pererenan, Badung. Usaha ini belum memiliki logo sebagai identitas visual, belum mengelola media sosial secara aktif, serta belum menerapkan sistem ulasan daring berbasis QR Code. Ketiga aspek tersebut berdampak pada rendahnya eksistensi digital dan reputasi usaha. Pengabdian masyarakat ini bertujuan meningkatkan branding dan reputasi DKD Room Guest House melalui tiga pendekatan: (1) perancangan logo sebagai identitas visual profesional, (2) pembuatan dan pengelolaan akun TikTok sebagai media promosi digital baru, dan (3) penerapan QR Code yang terhubung ke Google Review untuk mendorong ulasan pelanggan. Kegiatan dilaksanakan pada 23 Juli–23 Agustus 2025 melalui metode observasi, perancangan program, pelaksanaan, dokumentasi, dan evaluasi. Hasil pengabdian menunjukkan seluruh program kerja terlaksana 100% dan mendapatkan respons positif dari pengelola, yang berkomitmen melanjutkan praktik branding digital secara mandiri. Program ini berhasil meningkatkan eksistensi daring dan memperkuat citra usaha di mata publik, sekaligus memberikan pengalaman nyata bagi mahasiswa dalam menerapkan ilmu pemasaran dan komunikasi merek.

Kata kunci: *branding digital, media sosial, QR Code, google review*

ANALISIS SITUASI

Branding merupakan strategi komunikasi pemasaran yang bertujuan membentuk persepsi positif masyarakat terhadap identitas suatu usaha, sekaligus menumbuhkan nilai emosional yang membedakan usaha tersebut dari para pesaing (Medvedieva, 2023). Identitas merek, seperti nama, logo, warna, dan gaya visual, berperan penting dalam membangun kepercayaan konsumen terhadap kualitas produk maupun layanan. Ketika visual branding dikembangkan secara konsisten, sebuah usaha tidak hanya dikenal secara visual, tetapi juga memiliki daya tarik berkelanjutan di mata pelanggan (Sari, Sholihah, & Masali, 2023).

Transformasi branding di era digital semakin berkembang pesat seiring hadirnya media sosial. TikTok, sebagai salah satu platform berbasis video singkat, menjadi media yang efektif untuk membangun brand awareness karena algoritma distribusinya memungkinkan usaha menjangkau audiens lebih luas dalam waktu singkat (Susanto et al., 2023). Selain promosi melalui konten, reputasi digital juga menjadi faktor penting dalam menarik minat konsumen. Ulasan online, khususnya melalui Google Review, terbukti mampu memengaruhi keputusan pembelian,

meningkatkan kepercayaan konsumen, serta membentuk citra positif usaha (Rimadias et al., 2023).

DKD Room Guest House merupakan usaha akomodasi harian, mingguan, dan bulanan yang berlokasi di Jl. Green Pererenan No. 78, Desa Pererenan, Kecamatan Mengwi, Kabupaten Badung, Bali. Usaha ini berada di kawasan strategis yang berkembang pesat sebagai destinasi wisata alternatif dekat Canggu, dengan dominasi wisatawan asing dan digital nomad. Meskipun memiliki potensi lokasi yang baik, hasil observasi menunjukkan bahwa DKD masih menghadapi kendala dalam strategi branding digital.

Saat ini, DKD belum memiliki logo resmi sebagai identitas visual, belum memanfaatkan TikTok sebagai media promosi kreatif, dan belum menerapkan sistem QR Code yang terhubung ke Google Review sebagai sarana pengumpulan ulasan pelanggan. Kondisi ini berdampak pada rendahnya eksistensi digital dan kurang optimalnya reputasi usaha di mata calon konsumen. Minimnya ulasan pelanggan dan absennya konten promosi di TikTok membuat DKD berisiko kalah bersaing dengan akomodasi sejenis yang lebih aktif di platform digital.

Berdasarkan situasi tersebut, program pengabdian masyarakat ini mengambil judul “Upaya Meningkatkan Branding DKD Room Guest House Melalui Media Sosial dan Desain Visual”, dengan tujuan memperkuat identitas visual, membangun kehadiran digital melalui TikTok, dan meningkatkan reputasi daring melalui ulasan pelanggan berbasis QR Code. Program ini diharapkan dapat meningkatkan daya saing DKD sekaligus memberikan pengalaman nyata bagi mahasiswa dalam menerapkan ilmu pemasaran dan komunikasi merek.

RUMUSAN MASALAH

Berdasarkan hasil observasi yang dilakukan, dapat disimpulkan rumusan masalah sebagai berikut:

1. DKD Room Guest House belum memiliki logo sebagai identitas visual usaha, yang berperan penting dalam membentuk persepsi profesional dan membedakan dari kompetitor.
2. Upaya promosi melalui media sosial, khususnya platform TikTok, belum dioptimalkan secara strategis untuk memperluas jangkauan konsumen dan meningkatkan awareness merek.
3. DKD Room Guest House belum menerapkan sistem review digital berbasis QR Code yang terhubung ke Google Review, padahal strategi ini efektif dalam membangun kepercayaan dan reputasi daring di kalangan konsumen potensial.

SOLUSI YANG DIBERIKAN

Dalam penyelesaian masalah tersebut dibutuhkan solusi yang tepat dan sesuai dengan kebutuhan DKD Room Guest House. Adapun solusi yang ditawarkan adalah sebagai berikut:

1. Merancang logo profesional yang merepresentasikan identitas visual DKD Room Guest House secara menarik dan selaras dengan karakteristik usaha, guna memperkuat branding dan daya ingat pelanggan.
2. Membantu membuat dan mengelola akun TikTok resmi sebagai sarana promosi visual yang menarik dan interaktif, disertai dengan strategi konten yang konsisten untuk meningkatkan jangkauan audiens secara digital.
3. Menerapkan sistem ulasan digital melalui QR Code yang terhubung langsung ke Google Review, agar tamu dapat dengan mudah memberikan testimoni serta membantu membangun reputasi online DKD Room Guest House.

METODE PELAKSANAAN

Kegiatan pengabdian masyarakat di DKD Room Guest House, Pererenan, berlangsung mulai tanggal 23 Juli hingga 23 Agustus 2025. Program difokuskan pada upaya peningkatan branding dan reputasi digital melalui media sosial, desain visual, serta penguatan ulasan daring. Metode pelaksanaan kegiatan dilakukan dengan beberapa tahap sebagai berikut:

1. Metode Observasi

Pada tahap ini, dilakukan pengamatan langsung di lokasi DKD Room Guest House untuk mengidentifikasi permasalahan branding, termasuk belum adanya logo resmi, akun TikTok, dan sistem ulasan berbasis QR Code. Observasi juga mencakup wawancara singkat dengan pemilik usaha untuk memahami karakteristik bisnis dan preferensi visual yang diinginkan. Data dari observasi menjadi dasar penyusunan program kerja yang sesuai dengan kebutuhan mitra.

2. Metode Perancangan Program Kerja

Berdasarkan hasil observasi, disusun program kerja yang mencakup perancangan logo profesional, pengelolaan akun TikTok, dan penerapan sistem QR Code yang terhubung ke Google Review. Program ini dirancang agar selaras dengan identitas visual DKD dan mampu meningkatkan kehadiran digital serta reputasi daring.

3. Metode Pelaksanaan Program Kerja

Tahap pelaksanaan mencakup:

- a) Mendesain logo DKD Room Guest House yang mencerminkan identitas visual dan melakukan revisi berdasarkan masukan mitra.
- b) Membuat dan mengelola akun TikTok DKD, termasuk menyusun kalender konten promosi yang konsisten, informatif, dan menarik.
- c) Mengunggah konten awal berupa video singkat yang menampilkan fasilitas, lokasi, dan keunggulan DKD untuk membangun brand awareness.
- d) Membuat dan menempatkan QR Code yang terhubung ke Google Review di area strategis properti untuk memudahkan tamu memberikan ulasan.

4. Metode Dokumentasi

Seluruh rangkaian kegiatan didokumentasikan melalui foto, dan catatan pelaksanaan. Dokumentasi ini menjadi bahan pelaporan dan referensi untuk evaluasi akhir.

5. Metode Evaluasi

Evaluasi dilakukan dengan meninjau indikator keberhasilan program, antara lain: keterlibatan audiens di TikTok, kejelasan identitas visual, dan jumlah ulasan pelanggan di Google Review. Hasil evaluasi digunakan untuk memberikan saran lanjutan kepada mitra agar pengelolaan branding dan reputasi digital dapat berkelanjutan.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Ketercapaian kegiatan pengabdian masyarakat dalam peningkatan branding dan reputasi DKD Room Guest House di Pererenan, Badung adalah sebagai berikut:

Kegiatan pengabdian diawali dengan perancangan logo DKD Room Guest House yang merepresentasikan karakteristik usaha, unsur budaya lokal Bali, keunikan lokasi, serta konsep layanan yang ditawarkan. Warna, bentuk, dan elemen visual dipilih untuk menggambarkan identitas usaha secara profesional, mudah dikenali, dan konsisten dengan citra yang ingin dibangun. Logo yang telah selesai dirancang kemudian disosialisasikan kepada pengelola untuk digunakan pada media sosial, materi promosi, dan kebutuhan identitas visual lainnya.



Gambar 1. Melakukan Perancangan Logo sebagai Identitas Visual DKD Room Guest House

Pendampingan dilakukan dengan pembuatan akun TikTok DKD Room Guest House dan penyusunan konten visual yang konsisten, informatif, dan menarik untuk menyoroti keunggulan properti serta layanan yang tersedia. Awalnya, akun belum memiliki pengikut atau interaksi. Setelah pelaksanaan program, akun berhasil memperoleh lebih dari 200 pengikut, 100 likes, dan lebih dari 1.000 viewers, menunjukkan peningkatan signifikan dalam jangkauan dan promosi digital.



Gambar 2. Melakukan Pendampingan dalam Pengelolaan Media Sosial DKD Room Guest House

Kegiatan ini dilakukan dengan membuat QR Code yang terhubung langsung ke Google Review DKD Room Guest House. QR Code dirancang menarik, dicetak, dan ditempatkan di area strategis seperti kamar, meja makan, dan ruang tamu agar memudahkan tamu memberikan ulasan. Sebelum program, jumlah ulasan terbatas hanya 18, sehingga reputasi online kurang menonjol. Setelah implementasi, ulasan meningkat menjadi 24, mayoritas positif, yang memperkuat citra dan kepercayaan publik. Pihak pengelola menyambut baik dan berkomitmen mempertahankan sistem ini sebagai strategi penguatan reputasi daring.



Gambar 3. Menerapkan Sistem QR Code Menuju Google Review

Evaluasi Kegiatan. Berdasarkan pelaksanaan program kerja yang meliputi perancangan logo, pengelolaan media sosial, dan penerapan QR Code menuju halaman Google Review, kegiatan pengabdian telah berjalan sesuai dengan rencana. Respon dari pihak pengelola DKD Room Guest House sangat positif, ditunjukkan dengan kesediaan untuk melanjutkan pengelolaan konten media sosial secara rutin serta mempertahankan sistem ulasan digital sebagai upaya penguatan reputasi daring.

Realisasi Capaian. Seluruh program kerja yang dirancang telah dilaksanakan 100%. Logo usaha berhasil dirancang dan diserahkan, akun TikTok berhasil dibuat, serta QR Code telah dipasang pada area strategis kamar tamu untuk mengarahkan konsumen memberikan ulasan langsung di Google Review.

No	Jenis Program Kerja	Spesifikasi Kegiatan	Realisasi
1	Perancangan Logo (Program Utama)	Merancang logo profesional yang merepresentasikan identitas visual DKD <i>Room Guest House</i> secara menarik dan selaras dengan karakteristik usaha, guna memperkuat branding dan daya ingat pelanggan.	100%
2	Pengelolaan Media Sosial TikTok (Program Utama)	Membantu membuat dan mengelola akun TikTok resmi sebagai sarana promosi visual yang menarik dan interaktif, disertai strategi konten yang konsisten untuk meningkatkan jangkauan audiens secara digital.	100%
3	Penerapan QR Code untuk Google Review (Program Utama)	Membantu membuat dan mengelola akun TikTok resmi sebagai sarana promosi visual yang menarik dan interaktif, disertai strategi konten yang konsisten untuk meningkatkan jangkauan audiens secara digital.	100%
4	Program Tambahan	Memberikan edukasi dan sosialisasi kepada pengelola terkait pemanfaatan hasil program utama agar dapat dijalankan secara mandiri dan berkelanjutan.	100%

SIMPULAN DAN SARAN

Pengabdian Masyarakat di DKD Room Guest House berhasil meningkatkan branding dan daya tarik usaha melalui tiga fokus: perancangan logo profesional, promosi di TikTok, dan penerapan QR Code untuk ulasan digital. Program ini memperkuat identitas visual, konsistensi promosi digital, serta mekanisme membangun reputasi online. Keberhasilan dicapai berkat partisipasi aktif pengelola dan dukungan penuh selama kegiatan, sehingga DKD Room Guest House memiliki fondasi lebih kokoh untuk pemasaran digital ke depan.

Pengelola disarankan untuk menjaga konsistensi konten TikTok, mengikuti tren dan hashtag relevan, serta memperbarui desain visual secara berkala. QR Code perlu ditempatkan strategis dan disertai edukasi singkat kepada tamu agar meningkatkan ulasan positif. Evaluasi rutin performa media sosial dan respons tamu penting dilakukan, dengan menambahkan variasi konten seperti video testimoni, behind the scenes, atau promo khusus. Langkah ini diharapkan mempertahankan visibilitas brand, menarik lebih banyak tamu, dan memperkuat reputasi positif secara berkelanjutan.

DAFTAR PUSTAKA

- Medvedieva, K. (2023). Digital branding in the marketing strategy of enterprises. *Scientia Fructuosa*, 149(3), 33-43.
- Rimadias, S., Cahyandito, K. Y., Hibatilllah, R., Giovano, G., Ferdinand, D., Lui, Y. S., & Jose, E. (2023). Pendampingan pembuatan media QRIS dan Google Maps pada UMKM. *Jurnal ABDIMAS BSI: Jurnal Pengabdian kepada Masyarakat*, 6(1), 112–121.
- Sari, W. P., Sholihah, Z., & Masali, F. (2023). Digital branding UMKM melalui komunikasi visual. *Jurnal Komunikasi*, 8(2), 129-134.
- Susanto, G., Evelyn, R., Leo, D., & Felicio, H. (2023). Pemanfaatan Algoritma TikTok dan Instagram untuk Meningkatkan Brand Awareness. *Jurnal Ilmiah Wahana Pendidikan*, 9(22), 483-491.