

## PEMBUATAN STIKER REBRANDING SEBAGAI UPAYA PENGUATAN IDENTITAS DAN PROMOSI PRODUK MASYARAKAT DI DESA KRAGILAN

Fairuz Alfidal Fahmi<sup>1</sup>, Citra Maharani<sup>2</sup>, Ilham Febriansyah<sup>3</sup>,  
Muhammad Bayu Firdaus<sup>4</sup>, Popi Dayurni<sup>5</sup>

<sup>1</sup>Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis

<sup>2</sup>Ilmu Komputer, Fakultas Ilmu Komputer

<sup>3</sup> Teknik Industri, Fakultas Sains dan Teknologi

<sup>4</sup> Teknik Sipil, Fakultas Sains dan Teknologi

<sup>1234</sup>Universitas Bina Bangsa

Email: [fahmialfidal@gmail.com](mailto:fahmialfidal@gmail.com)<sup>1</sup>; [maharanicitra358@gmail.com](mailto:maharanicitra358@gmail.com)<sup>2</sup>;  
[ilhamfebriansyahhh@gmail.com](mailto:ilhamfebriansyahhh@gmail.com)<sup>3</sup>; [firdausbayu641@gmail.com](mailto:firdausbayu641@gmail.com)<sup>4</sup>

### Abstract

*Product identity is an important element in supporting the promotion and recognition of community-based businesses. Through the Community Service Program (KKM) in Kampung Bale Endah, RT 03/RW 05, Kragilan Village, Kragilan District, Serang Regency, one of the economic empowerment work programs was the creation of product rebranding stickers. This activity was designed to improve the visual identity of products through a more organized sticker concept containing product-related information and visual elements. The implementation was carried out through observation, identification of product presentation needs, preparation of the sticker concept, design, adjustment, and direct assistance. The activity emphasized consistency between product identity and promotional media. It is expected to become an initial step for improving product presentation and strengthening the competitiveness of local community businesses.*

**Keywords:** *rebranding, product identity, stickers, promotion, community empowerment.*

### Abstrak

Identitas produk merupakan salah satu unsur penting dalam mendukung promosi dan pengenalan usaha berbasis masyarakat. Melalui kegiatan Kuliah Kerja Mahasiswa (KKM) di Kampung Bale Endah, RT 03/RW 05, Desa Kragilan, Kecamatan Kragilan, Kabupaten Serang, salah satu program kerja pemberdayaan ekonomi yang dilaksanakan adalah pembuatan stiker rebranding produk. Kegiatan ini dirancang untuk memperkuat identitas visual produk melalui konsep stiker yang lebih tertata dengan memuat informasi produk dan unsur visual yang berkaitan dengan identitas usaha. Pelaksanaan dilakukan melalui observasi, identifikasi kebutuhan tampilan produk, penyusunan konsep stiker, proses desain, penyesuaian, serta pendampingan secara langsung. Kegiatan ini diharapkan menjadi langkah awal dalam memperbaiki tampilan produk dan memperkuat daya saing usaha masyarakat lokal.

**Kata kunci:** *rebranding, identitas produk, stiker, promosi, pemberdayaan masyarakat.*

## PENDAHULUAN

Pemberdayaan ekonomi masyarakat merupakan bagian penting dari pembangunan berbasis potensi lokal. Penguatan ekonomi tidak hanya berkaitan dengan kemampuan menghasilkan produk, tetapi juga mencakup kemampuan masyarakat dalam memperkenalkan, mengemas, dan mempromosikan produk kepada konsumen. Dalam kegiatan KKM, aspek tersebut menjadi salah satu perhatian karena usaha masyarakat membutuhkan identitas yang mudah dikenali dan media komunikasi yang dapat menyampaikan informasi produk secara sederhana.

Salah satu bentuk penguatan identitas produk yang dapat dilakukan secara sederhana adalah rebranding melalui pembaruan tampilan label atau stiker. Stiker pada kemasan tidak hanya berfungsi sebagai hiasan, tetapi dapat menjadi media untuk menyampaikan nama produk, identitas usaha, informasi yang diperlukan, serta unsur visual yang membedakan produk dari produk lainnya. Tampilan yang lebih tertata dapat membantu produk terlihat lebih konsisten ketika dipasarkan.

Berdasarkan program kerja pemberdayaan ekonomi masyarakat yang dilaksanakan di Kampung Bale Endah, RT 03/RW 05, Desa Kragilan, pembuatan stiker rebranding dipilih sebagai salah satu kegiatan untuk membantu memperkuat identitas produk masyarakat. Kegiatan ini dilakukan dengan mempertimbangkan kebutuhan pelaku usaha terhadap tampilan produk yang lebih sesuai untuk kegiatan promosi. Tujuan kegiatan adalah membantu pelaku usaha memperoleh konsep identitas visual produk yang lebih tertata, menyediakan media label yang dapat digunakan pada kemasan, serta memberikan pemahaman mengenai pentingnya identitas produk dalam mendukung promosi dan pengenalan usaha.

## METODE PELAKSANAAN

Kegiatan pembuatan stiker rebranding menggunakan pendekatan partisipatif. Tim KKM berperan sebagai fasilitator dalam proses identifikasi kebutuhan, penyusunan konsep, desain, dan penyesuaian hasil, sedangkan pelaku usaha dilibatkan dalam memberikan informasi dan masukan mengenai karakter produk.

Tahap pertama adalah observasi dan identifikasi kebutuhan. Tim mengamati kondisi tampilan produk dan mengidentifikasi informasi yang perlu ditampilkan pada stiker. Tahap ini dilakukan agar rancangan sesuai dengan karakter dan kebutuhan produk. Tahap kedua adalah penyusunan konsep rebranding. Konsep diarahkan pada penyederhanaan dan penataan unsur visual sehingga identitas produk dapat terlihat lebih jelas. Informasi yang ditampilkan disesuaikan dengan data produk yang tersedia. Tahap ketiga adalah proses desain dan penyesuaian. Tim membuat rancangan stiker kemudian melakukan penyesuaian berdasarkan masukan yang diberikan. Aspek yang diperhatikan meliputi keterbacaan tulisan, komposisi, ukuran, susunan informasi, dan kesesuaian tampilan dengan produk. Tahap keempat adalah pendampingan penggunaan. Setelah rancangan disiapkan, tim memberikan penjelasan mengenai fungsi stiker sebagai identitas produk dan media promosi. Pelaku usaha diarahkan agar penggunaan identitas visual tetap konsisten pada kemasan dan media promosi lainnya.

Evaluasi dilakukan secara deskriptif melalui pengamatan terhadap kesesuaian rancangan dengan kebutuhan produk serta tanggapan terhadap hasil desain. Artikel ini tidak mencantumkan persentase peningkatan penjualan atau angka evaluasi kuantitatif karena data tersebut tidak tersedia dalam bahan kegiatan.

## **HASIL DAN PEMBAHASAN**

### **Identifikasi Kebutuhan Rebranding Produk**

Tahap awal kegiatan difokuskan pada identifikasi kebutuhan tampilan produk. Identitas produk perlu disusun secara sederhana agar dapat dikenali dan dipahami oleh konsumen. Tim KKM mengarahkan proses identifikasi pada unsur yang dapat ditampilkan melalui stiker, seperti nama atau identitas produk, unsur visual, serta informasi pendukung yang tersedia.

### **Perancangan Stiker Rebranding**

Perancangan stiker dilakukan dengan memperhatikan keterbacaan dan kesederhanaan visual. Unsur desain disusun agar informasi utama dapat terlihat dengan jelas ketika stiker ditempelkan pada kemasan. Pemilihan ukuran dan susunan elemen disesuaikan dengan kebutuhan produk sehingga stiker dapat berfungsi secara praktis. Rebranding melalui stiker memberikan kesempatan untuk membangun tampilan produk yang lebih konsisten. Identitas visual pada kemasan dapat menjadi dasar untuk dikembangkan pada media promosi lain seperti spanduk atau media digital.

### **Pendampingan dan Keterlibatan Pelaku Usaha**

Kegiatan dilakukan melalui keterlibatan pelaku usaha dalam memberikan informasi dan masukan terhadap konsep stiker. Keterlibatan tersebut penting agar hasil rebranding tetap sesuai dengan karakter produk dan kebutuhan pemilik usaha. Tim KKM memberikan pendampingan dalam memahami fungsi perubahan tampilan serta unsur yang digunakan.

### **Peran Stiker sebagai Media Promosi**

Stiker dapat berfungsi sebagai media promosi yang melekat langsung pada produk. Ketika produk berpindah dari penjual kepada konsumen, identitas pada kemasan tetap menjadi bagian dari komunikasi produk. Oleh karena itu, informasi dan tampilan yang konsisten dapat membantu memperkuat pengenalan produk.

### **Kontribusi terhadap Pemberdayaan Ekonomi**

Pembuatan stiker rebranding merupakan bagian dari upaya memperkuat kapasitas usaha masyarakat melalui aspek nonproduksi. Produk yang dihasilkan masyarakat perlu didukung oleh cara penyajian dan komunikasi yang baik agar dapat diperkenalkan kepada konsumen. Melalui kegiatan ini, pelaku usaha memperoleh dukungan dalam menata identitas produk sekaligus pengalaman dalam mempertimbangkan unsur promosi.

## **KEBERLANJUTAN PROGRAM**

Keberlanjutan kegiatan diarahkan pada penggunaan identitas stiker secara konsisten serta pengembangan identitas tersebut pada media promosi lainnya. Pelaku usaha diharapkan dapat mempertahankan unsur utama identitas visual ketika membuat kemasan atau media promosi baru. Konsistensi tersebut penting agar konsumen memperoleh identitas yang sama ketika melihat produk di tempat yang berbeda.



Gambar 1. Program UMKM

Program dapat dikembangkan melalui pendampingan lanjutan mengenai pemasaran digital, fotografi produk, pencatatan usaha, pembayaran digital, dan legalitas. Pengembangan tersebut merupakan kegiatan lanjutan dan bukan hasil langsung dari program pembuatan stiker rebranding.

## KESIMPULAN

Pembuatan stiker rebranding di Kampung Bale Endah, RT 03/RW 05, Desa Kragilan, Kecamatan Kragilan, Kabupaten Serang merupakan salah satu kegiatan pemberdayaan ekonomi yang berfokus pada penguatan identitas dan promosi produk masyarakat. Kegiatan dilaksanakan melalui observasi kebutuhan, penyusunan konsep, perancangan, penyesuaian, dan pendampingan penggunaan stiker.

Kegiatan memberikan dasar bagi pelaku usaha untuk memiliki identitas visual produk yang lebih tertata dan dapat digunakan secara konsisten pada kemasan maupun media promosi. Rebranding melalui stiker juga dapat menjadi tahap awal untuk mengembangkan strategi pemasaran yang lebih luas. Keberlanjutan manfaat program bergantung pada konsistensi penggunaan identitas produk dan pengembangan media promosi secara bertahap.

## DAFTAR PUSTAKA

- Keller, K. L. (2013). *Strategic Brand Management: Building, Measuring, and Managing Brand Equity* (4th ed.). Pearson.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing Management* (15th ed.). Pearson.
- <https://journals.eduped.org/index.php/jcos/article/view/1112>
- <http://ejournal.sisfokomtek.org/index.php/jpkm/article/view/3654>
- <http://indojurnal.com/index.php/jejakdigital/article/view/2852>
- <https://www.aksiologi.org/index.php/abdimassa/article/view/1326>
- <https://jurnal.idbbali.ac.id/index.php/selarasrupa/article/view/1955>
- Dokumen contoh jurnal KKM yang diberikan pengguna sebagai acuan struktur dan konteks kegiatan pengabdian di Desa Kragilan.