

142/S/PM-KCBR/PK.03.08/05/JANUARI/2024

**PERANCANGAN IDENTITAS VISUAL UPTD KAWASAN SAINS DAN
TEKNOLOGI (SOLO TECHNOPARK) DENGAN PENDEKATAN *DESIGN*
*THINKING***

SKRIPSI

diajukan untuk memenuhi sebagian dari syarat untuk memperoleh gelar Sarjana
Pendidikan Program Studi Pendidikan Multimedia



Oleh:

Athifa Hasna Ismayanti

NIM 2001550

PROGRAM STUDI PENDIDIKAN MULTIMEDIA

KAMPUS UPI DI CIBIRU

UNIVERSITAS PENDIDIKAN INDONESIA

2024

LEMBAR HAK CIPTA

PERANCANGAN IDENTITAS VISUAL UPTD KAWASAN SAINS DAN TEKNOLOGI (SOLO TECHNOPARK) DENGAN PENDEKATAN *DESIGN THINKING*

Oleh

Athifa Hasna Ismayanti

diajukan untuk memenuhi sebagian dari syarat untuk memperoleh gelar Sarjana
Pendidikan pada Program Studi Pendidikan Multimedia Universitas Pendidikan
Indonesia Kampus di Cibiru

©Athifa Hasna Ismayanti

Universitas Pendidikan Indonesia

Januari 2024

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Skripsi ini tidak boleh diperbanyak seluruhnya atau Sebagian, dengan dicetak
ulang, difotokopi, atau cara lainnya tanpa izin penulis

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

ATHIFA HASNA ISMAYANTI

**PERANCANGAN IDENTITAS VISUAL UPTD KAWASAN SAINS DAN
TEKNOLOGI (SOLO TECHNOPARK) DENGAN PENDEKATAN *DESIGN
THINKING***

Disetujui dan disahkan oleh pembimbing:

Pembimbing 1:



Dian Rinjani, S.Pd., M.Ds.

NIP. 920171219860906201

Pembimbing 2:



Nurhidayatulloh, S.Pd., M.T.

NIP. 920230219890404101

Mengetahui,

Ketua Program Studi Pendidikan Multimedia,
Universitas Pendidikan Indonesia Kampus Daerah Cibiru



Ayung Candra Padmasari, S.Pd., M.T.

NIP. 920171219870811201

LEMBAR PERNYATAAN

Dengan ini saya menyatakan bahwa skripsi dengan judul “Perancangan Identitas Visual UPTD Kawasan Sains dan Teknologi (Solo Technopark) dengan Pendekatan *Design Thinking*” ini beserta seluruh isinya adalah benar-benar karya saya sendiri. Saya tidak melakukan penjiplakan atau pengutipan dengan cara-cara yang tidak sesuai dengan etika ilmu yang berlaku dalam masyarakat keilmuan. Atas pernyataan ini, saya siap menanggung risiko/sanksi apabila di kemudian hari ditemukan adanya pelanggaran etika keilmuan atau ada klaim dari pihak lain terhadap keaslian karya saya ini.

Bandung, 4 Januari 2024

Yang membuat pernyataan



Athifa Hasna Ismayanti

NIM. 2001550

UCAPAN TERIMA KASIH

Dengan memanjatkan puji dan syukur kepada Allah SWT, berkat rahmat dan karunia-Nya peneliti dapat menyelesaikan penulisan dan penyusunan skripsi yang berjudul “Perancangan Identitas Visual UPTD Kawasan Sains dan Teknologi (Solo Technopark) dengan Pendekatan *Design Thinking*”. Skripsi ini disusun sebagai salah satu syarat memperoleh gelar Sarjana Pendidikan pada Program Studi Pendidikan Multimedia.

Peneliti menyadari bahwa skripsi ini tidak akan terselesaikan tanpa bimbingan, saran serta bantuan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, peneliti menyampaikan rasa terima kasih kepada:

1. Ibu Dian Rinjani, S.Pd., M.Ds. selaku dosen pembimbing I yang telah bersedia meluangkan waktunya untuk memberikan arahan, saran dan motivasi selama proses penulisan skripsi;
2. Bapak Nurhidayatulloh, S.Pd., M.T. selaku dosen pembimbing II yang telah bersedia meluangkan waktunya untuk memberikan arahan, saran dan motivasi selama proses penulisan skripsi;
3. Ibu Ayung Candra Padmasari, S.Pd., M.T. selaku Ketua Program Studi Pendidikan Multimedia yang telah memberikan bimbingan selama perkuliahan;
4. Bapak Feri Hidayatullah Firmansyah, S.Pd., M.MT. selaku dosen pembimbing akademik yang telah memberikan semangat, motivasi dan arahan selama masa perkuliahan;
5. Bapak Risky Budi Kurniawan dan seluruh jajaran di Solo Technopark atas izin penelitian, bimbingan dan bantuan yang telah diberikan;
6. Ayah saya tercinta, Alm. Iis Isman Affandi. Meski ayah sudah beristirahat dengan tenang di sana, semangat, dukungan dan cintanya yang tulus menjadi pilar kuat dalam menyelesaikan skripsi ini. Semua capaian ini adalah dedikasi saya untuk beliau;
7. Ibu Nining Ardianti, sosok ibu yang kuat serta adik-adik peneliti, Adam Naufal Arfandi dan Azka Shafira Ismayanti atas segala doa, dukungan dan telah menjadi sumber kekuatan selama penulisan skripsi ini;

8. Teman-teman yang telah kebersamai selama perkuliahan dan penulisan skripsi, Dastin Aryo Atmanto, Ajeng Nur Baetty, Alvira Nandya Putri, Desi Safitri, Yasmin Dwi Anandita dan teman-teman lainnya atas dukungan dan semangat yang diberikan; dan
9. Kepada seluruh anggota keluarga dan rekan-rekan yang tidak bisa disebutkan satu persatu.

Peneliti menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari kata sempurna. Oleh karena itu, dengan kerendahan hati peneliti menerima kritik dan saran yang membangun untuk mengembangkan penelitian selanjutnya agar lebih baik lagi. Akhir kata, besar harapan agar skripsi ini dapat bermanfaat bagi pembaca dan pihak yang membutuhkan.

Bandung, 4 Januari 2024

Peneliti



Athifa Hasna Ismayanti

NIM. 2001550

PERANCANGAN IDENTITAS VISUAL UPTD KAWASAN SAINS DAN TEKNOLOGI (SOLO TECHNOPARK) DENGAN PENDEKATAN *DESIGN THINKING*

Athifa Hasna Ismayanti

NIM. 2001550

ABSTRAK

Solo Technopark merupakan kawasan pengembangan inovasi dan teknologi yang menyediakan berbagai pelatihan dan fasilitas yang unggul. Namun, Solo Technopark belum memiliki identitas visual yang tetap sehingga kurangnya konsistensi pada tampilan berbagai media promosi. Hal ini berdampak pada kurangnya kesadaran masyarakat akan eksistensi Solo Technopark. Maka dari itu penelitian ini bertujuan untuk mendeskripsikan perancangan identitas visual dan mengimplementasikannya secara konsisten pada media promosi Instagram, *website* dan brosur untuk diketahui dampaknya terhadap pembentukan *brand awareness*. *Mix method* dengan pendekatan *design thinking* digunakan sebagai prosedur dalam lima tahap penelitian. Pengumpulan data pada tahap *empathize* dilakukan dengan observasi, wawancara dan kuesioner yang selanjutnya dianalisis pada tahap *define* menggunakan analisis data SWOT. Selanjutnya pada tahap *ideate* dilakukan *brainstorming* untuk perancangan identitas visual melalui *mind map*, pembuatan *moodboard* dan visualisasi awal untuk warna, tipografi dan supergrafis. Kemudian pada tahap *prototype* dibuat *brand guidelines* sebagai visualisasi akhir lalu diimplementasikan dan dipublikasikan pada media promosi. Tahap akhir yaitu *test*, menggunakan kuesioner dengan skala Likert untuk mengukur ketercapaian aspek visual, media promosi dan *brand awareness* terhadap identitas visual Solo Technopark. Hasil penelitian ini adalah identitas visual yang diatur panduan penggunaannya dalam *brand guidelines*. Melalui proses pengujian menunjukkan ketercapaian positif, identitas visual yang dinilai kuat, konsisten diterapkan pada berbagai media promosi sehingga berdampak positif pada pembentukan *brand awareness*.

Kata Kunci: identitas visual, Solo Technopark, *design thinking*, *brand awareness*

***DESIGNING VISUAL IDENTITY OF UPTD KAWASAN SAINS DAN
TEKNOLOGI (SOLO TECHNOPARK) USING DESIGN THINKING
APPROACH***

Athifa Hasna Ismayanti

NIM. 2001550

ABSTRACT

Solo Technopark, as an innovation and technology development area provides superior training and facilities, lacks a consistent visual identity, leading to inconsistency in the appearance of promotional medias. This deficiency negatively impacts public awareness of Solo Technopark's existence. Therefore, this research aims to design a visual identity and consistently implement it to Instagram, website and brochure to assess its impact on formation brand awareness. The design thinking method is employed as a five stages research approach. Data collection during the empathize stage involves observation, interview and questionnaire, subsequently analyzed in the define stage using SWOT analysis. The ideate stage incorporates brainstorming for visual identity design through mind map, moodboard and initial visualization for colors, typography and supergraphics. Subsequently, the prototype stage involves creating brand guidelines as the final visualization, implemented and published in promotional medias. The final stage, test, employs Likert scale questionnaires to measure the achievement of visual aspects, promotional media and brand awareness of Solo Technopark's visual identity. The research yields a visual identity with standardized usage guidelines in brand guidelines. The testing process indicates positive achievement, with the visual identity being perceived as strong and consistently applied to promotional medias, thereby positively impacting on formation brand awareness.

Keywords: *visual identity, Solo Technopark, design thinking, brand awareness*

DAFTAR ISI

LEMBAR HAK CIPTA	i
LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI	ii
LEMBAR PERNYATAAN	iii
UCAPAN TERIMA KASIH.....	iv
ABSTRAK	vi
<i>ABSTRACT</i>	vii
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR GAMBAR	xi
DAFTAR TABEL.....	xiii
DAFTAR LAMPIRAN	xiv
DAFTAR SINGKATAN	xv
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Penelitian	1
1.2 Rumusan Masalah Penelitian	5
1.3 Batasan Masalah Penelitian.....	5
1.4 Tujuan Penelitian.....	5
1.5 Manfaat Penelitian.....	6
1.5.1 Manfaat Teoritis.....	6
1.5.2 Manfaat Praktis	6
1.6 Struktur Organisasi Skripsi	6
BAB II KAJIAN PUSTAKA	8
2.1 Identitas Visual.....	8
2.1.1 Pengertian Identitas Visual	8
2.1.2 Fungsi Identitas Visual	9
2.1.3 Tujuan Identitas Visual.....	9
2.1.4 Elemen Pembentuk Identitas Visual	10
2.2 UPTD Kawasan Sains dan Teknologi (Solo Technopark).....	16
2.2.1 Profil Solo Technopark.....	16
2.2.2 Peranan Solo Technopark	19
2.3 Media Promosi	20
2.3.1 Pengertian Media Promosi.....	20

2.3.2 Jenis-Jenis Media Promosi.....	21
2.4 <i>Design System</i>	24
2.4.1 Pengertian <i>Design System</i>	24
2.4.2 Manfaat <i>Design System</i>	25
2.5 <i>Brand Personality</i>	26
2.5.1 Pengertian <i>Brand Personality</i>	26
2.5.2 Dimensi <i>Brand Personality</i>	26
2.6 <i>Brand Guidelines</i>	28
2.6.1 Pengertian <i>Brand Guidelines</i>	28
2.6.2 Fungsi <i>Brand Guidelines</i>	29
2.7 <i>Brand Awareness</i>	30
2.7.1 Pengertian <i>Brand Awareness</i>	30
2.7.2 Manfaat <i>Brand Awareness</i>	31
2.7.3 Tingkatan <i>Brand Awareness</i>	31
2.8 Penelitian Terdahulu.....	33
BAB III METODE PENELITIAN.....	36
3.1 Objek Penelitian.....	36
3.2 Desain Penelitian.....	36
3.3 Populasi dan Sampel Penelitian.....	37
3.3.1 Populasi Penelitian.....	37
3.3.2 Sampel Penelitian.....	37
3.4 Prosedur Penelitian.....	37
3.5 Teknik Pengumpulan Data.....	40
3.5.1 Observasi.....	40
3.5.2 Wawancara.....	40
3.5.2 Kuesioner.....	40
3.6 Analisis Data.....	44
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN.....	48
4.1 Gambaran Umum Solo Technopark.....	48
4.2 Hasil Penelitian.....	49
4.2.1 <i>Empathize</i>	49
4.2.2 <i>Define</i>	61

4.2.3 <i>Ideate</i>	66
4.2.4 <i>Prototype</i>	72
4.2.5 <i>Test</i>	90
4.3 Pembahasan Penelitian	94
BAB V SIMPULAN, IMPLIKASI DAN REKOMENDASI	99
5.1 Simpulan.....	99
5.2 Implikasi	100
5.1 Rekomendasi	100
DAFTAR PUSTAKA	102
LAMPIRAN.....	111

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Logo dengan Prinsip <i>Balance</i>	11
Gambar 2.2 Logo dengan Prinsip <i>Unity</i>	12
Gambar 2.3 Logo dengan Prinsip <i>Rhythm</i>	12
Gambar 2.4 Logo dengan Prinsip <i>Proportion</i>	13
Gambar 2.5 Logo dengan Prinsip <i>Dominance</i>	13
Gambar 2.6 Gedung Solo Trade Center di Kawasan Solo Technopark	16
Gambar 2.7 <i>The Big Five</i>	27
Gambar 2.8 Tingkatan <i>Brand Awareness</i>	32
Gambar 3.1 Prosedur Penelitian dengan <i>Design Thinking</i>	38
Gambar 4.1 Logo Solo Technopark	50
Gambar 4.2 Tampilan Instagram Solo Technopark pada Periode Pertama.....	51
Gambar 4.3 Tampilan Instagram Solo Technopark pada Periode Kedua.....	51
Gambar 4.4 Tampilan Instagram Solo Technopark pada Periode Ketiga	52
Gambar 4.5 Tampilan Instagram Solo Technopark pada Periode Keempat.....	53
Gambar 4.6 Tampilan Instagram Solo Technopark pada Periode Kelima	54
Gambar 4.7 Tampilan Website Solo Technopark Sebelumnya	54
Gambar 4.8 Tampilan Brosur Solo Technopark Sebelumnya	55
Gambar 4.9 Dokumentasi Wawancara	56
Gambar 4.10 Bagan Respons Pengetahuan Mengenai Solo Technopark.....	57
Gambar 4.11 Bagan Respons Sumber Mengetahui Solo Technopark.....	58
Gambar 4.12 Grafik Respons Pengetahuan Solo Technopark	58
Gambar 4.13 Bagan Respons Logo Solo Technopark	59
Gambar 4.14 Bagan Respons Terhadap Warna Merah.....	59
Gambar 4.15 Respons Konsistensi Instagram Solo Technopark.....	60
Gambar 4.16 <i>Mind Map</i>	67
Gambar 4.17 <i>Moodboard</i>	68
Gambar 4.18 <i>Color Identity</i>	69
Gambar 4.19 Tipografi.....	70
Gambar 4.20 Pembentukan Supergrafis.....	71
Gambar 4.21 Sketsa Supergrafis	71
Gambar 4.22 Supergrafis	72

Gambar 4.23 <i>Company Profile</i> pada <i>Brand Guidelines</i>	73
Gambar 4.24 Panduan Logo pada <i>Brand Guidelines</i>	74
Gambar 4.25 Visualisasi pada <i>Brand Guidelines</i>	75
Gambar 4. 26 Implementasi pada <i>Brand Guidelines</i>	76
Gambar 4.27 Tampilan Instagram Solo Technopark.....	77
Gambar 4.28 <i>Cover</i> Konten Informatif.....	79
Gambar 4.29 Isi Konten Informatif.....	80
Gambar 4.30 <i>Press Release Template</i>	81
Gambar 4.31 Dokumentasi Kegiatan Pada Konten <i>Press Release</i>	81
Gambar 4.32 Konten Promosi.....	82
Gambar 4.33 Konten Ucapan Peringatan Hari Besar.....	83
Gambar 4.34 Konten Pergantian bulan	84
Gambar 4.35 Sampul <i>Template</i> Konten Kegiatan <i>Partnership</i>	85
Gambar 4.36 Halaman Kedua <i>Template</i> Konten Kegiatan <i>Partnership</i>	85
Gambar 4.37 <i>Reels Cover Template</i>	86
Gambar 4.38 <i>Story Template</i>	87
Gambar 4.39 <i>Story Repost Template</i>	88
Gambar 4.40 <i>Website</i> Solo Technopark	89
Gambar 4.41 Brosur Solo Technopark.....	90

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu.....	33
Tabel 3.1 Kuesioner Pengujian Identitas Visual Solo Technopark	43
Tabel 3.2 Kriteria Penilaian dalam Kuesioner	45
Tabel 3.3 Kriteria Interpretasi Skor Likert.....	46
Tabel 4.1 Jawaban Responden pada Pengujian.....	91
Tabel 4.2 Perhitungan Total Skor.....	93
Tabel 4.3 Hasil Interpretasi Skor.....	94

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Daftar Istilah	111
Lampiran 2 Surat Pengangkatan Dosen Pembimbing.....	115
Lampiran 3 Surat Permohonan Izin Penelitian	118
Lampiran 4 Lembar Hasil Wawancara.....	119
Lampiran 5 Instrumen Kuesioner Prasurvei	122
Lampiran 6 Hasil Prasurvei.....	124
Lampiran 7 Instrumen Kuesioner Pengujian Identitas Visual.....	127
Lampiran 8 Hasil Pengujian Variabel Visual	131
Lampiran 9 Hasil Pengujian Variabel Media Promosi.....	133
Lampiran 10 Hasil Pengujian Variabel Brand Awareness.....	135
Lampiran 11 Brand Guidelines Solo Technopark	137

DAFTAR SINGKATAN

Singkatan	Nama	Pemakaian Pertama Kali pada Halaman
UPTD	Unit Pelaksana Teknis Daerah	1
Kemendikbudristek	Kementerian Pendidikan, Kebudayaan, Riset dan Teknologi	2
MSIB	Magang dan Studi Independen Bersertifikat	2
WOM	<i>Word of Mouth</i>	3
UMKM	Usaha Mikro, Kecil dan Menengah	18
CMYK	<i>Cyan, Magenta, Yellow</i> dan <i>Key</i>	28
RGB	<i>Red, Green, dan Blue</i>	28

DAFTAR PUSTAKA

- A. Kholmatova. (2017). Design Systems. A Practical Guide to Creating Design Languages for Digital Products.,” *Annals of the CIRP*, vol. 46, no. 1, pp. 75–80, 2017.
- Aaker, D. A. (1991). *Managing Brand Equity: Capitalizing on the Value of a Brand Name*, New York: The Free Press.
- Aaker, J. L. (1997). Dimensions of Brand Personality. *Journal of Marketing Research*, 34(3), 347-356.
- Adnas, D. A. & Veren. (2023). Analisa dan Pengembangan Visual Branding dengan Pendekatan R&D: Studi Kasus Barbershop. *REMIK: Riset dan E-Jurnal Manajemen Informatika Komputer*, 7(1), 352-366.
- Alwan, F., & Catya, K. (2023). Perancangan *Visual Storytelling* Media Sosial Sebagai Upaya Peningkatan *Brand Awareness* di Mojadiapp. *BARIK*, 5(1), 168-182.
- Amanah, R. H., & Damastuti, R. (2022). Pengaruh *Brand Personality* terhadap Keputusan Pembelian dan Minat Beli sebagai Variabel *Intervening* pada Produk Kosmetik Somethinc. *Jurnal Komunikasi Universal*, 4(2), 148-163.
- Ambrose, G. & Harris, P. (2010). *Basics Design 08: Design Thinking*. Switzerland: An AVA Book.
- Andika, R. D., & Prisanto, G. F. (2019). Pengaruh *Brand Personality* dan *Brand Experience* terhadap *Emotional Brand Attachment* pada Merek Vespa. *Inter Komunika: Jurnal Komunikasi*, 4(2), 179-188.
- Ardi, F. P., & Munawarah, P. A. (2021). Kajian Perancangan Karakter Maskot Universitas Pendidikan Mandalika. *JTIM: Jurnal Teknologi Informasi Dan Multimedia*, 3(1), 46-52.
- Aulia, F., Afriwan, H., & Faisal, D. (2021). Konsistensi Logo dalam Membangun Sistem Identitas. *Gorga: Jurnal Seni Rupa*, 10(2), 439-444.

- Bahrin, S., Alifah, S., & Mulyono, S. (2018). Rancang Bangun Sistem Informasi Survey Pemasaran dan Penjualan Berbasis Object Oriented Programming. *Transistor elektro dan informatika*, 2(2), 81-88.
- Chandra, G. D., & Yuwanto, L. (2019). Pengaruh Warna Logo *Brand* terhadap *Brand Personality*. *CALYPTRA*, 7(2), 1804-1820.
- Daniarko, R. M., & Nurhadi, N. (2024). Inovasi Dan Kolaborasi: Peran Smes And Start-Up Incubator Project Officer Dalam Peningkatan Daya Saing Bisnis Di Solo Technopark. *Indonesia Bergerak: Jurnal Hasil Kegiatan Pengabdian Masyarakat*, 2(1), 1-12.
- Delice, A. (2010). The Sampling Issues in Quantitative Research. *Educational Sciences: Theory and Practice*, 10(4), 2001-2018.
- Destalia, M, et al. (2020). Penguatan *Brand Personality* Melalui Instagram Bagi Usaha Kecil Menengah (UKM) di Bandar Lampung. *Jurnal Sumbangsih*, 1(1), 24-30.
- Dewi, C. M., Hairiza, A., & Limbong, E. G. (2020). Warna sebagai identitas merek pada kemasan makanan tradisional kembang goyang khas Betawi. *Visual Heritage: Jurnal Kreasi Seni Dan Budaya*, 2(01), 9-13.
- Faizal, M. (2021). Perancangan *Simple Design System Canvas* Sebagai Pedoman Antarmuka Pengguna untuk *Startup* Indonesia. *Serat Rupa Journal of Design*, 5(1), 108-121.
- Farahdiba, S., & Prisanto, G. F. (2021). Pengaruh *Brand Awareness* dan *Brand Personality* terhadap *Brand Image* Kaspersky. *Prosiding Hubungan Masyarakat*, 7(1), 502-513.
- Firmansyah, D. (2022). Teknik Pengambilan Sampel Umum dalam Metodologi Penelitian: Literature Review. *Jurnal Ilmiah Pendidikan Holistik (JIPH)*, 1(2), 85-114.
- Gobe, M. (2010). *Emotional branding: The new paradigm for connecting brands to people*. New York: Allworth Press.

- Hermanto, L. A., & Rodhiah, R. (2019). Pengaruh *Brand Personality* terhadap *Purchase Intention* Produk The Body Shop. *Jurnal Manajerial dan Kewirausahaan*, 1(4), 820-829.
- Hibberts, M., Burke Johnson, R., & Hudson, K. (2012). Common survey sampling techniques. *Handbook of survey methodology for the social sciences*, 53-74.
- Huldani, S., & Finandhita, A. (2021). Pengembangan *Design System* Pada Perangkat Lunak Ibid Dengan Pendekatan *Atomic Design*. *Jurnal Penelitian Mahasiswa Teknik dan Ilmu Komputer (JUPITER)*, 1(1), 36-43.
- Indrawan, D., & Jalilah, S. R. (2021). Metode Kombinasi/Campuran Bentuk Integrasi Dalam Penelitian. *Jurnal Studi Guru Dan Pembelajaran*, 4(3), 735-739.
- Islam, M. A. (2018). Konsistensi Identitas Visual: Kajian Visual Branding Media Publikasi Borobudur. *Jurnal Desain Komunikasi Visual Asia*, 2(2), 2580-8753.
- Iswanto, R. (2022). Designing Visual Identity as An Asset for Photo Cabin Rebranding. *VCD (Journal of Visual Communication Design)*, 7(1), 53-63.
- Jain, R. (2017). Basic branding concepts: brand identity, brand image and brand equity. *International Journal of Sales & Marketing Management Research and Development*, 7(4), 1-8.
- Karunia, A., Alimuddin, A., & Nurabdiansyah, N. (2020). Perancangan Identitas Visual Destinasi Wisata Kawasan Teluk Youtefa Kota Jayapura. *TANRA: Jurnal Desain Komunikasi Visual Fakultas Seni dan Desain Universitas Negeri Makassar*. 7(3). doi: 10.26858/tanra.v7i3.17290.
- Keller, K. L., & Swaminathan, V. (2020). *Strategic Brand Management: Building, Measuring, and Managing Brand Equity (Fifth Edition)*. India: Pearson Education.
- Keller, K. L., Parameswaran, A. M. G. & Jacob, I. (2015). *Building, Measuring and Managing Brand Equity (Fourth Edition)*. India: Pearson Education.

- Kernbach, S., & Nabergoj, A. S. (2018). Visual Design Thinking: Understanding the Role of Knowledge Visualization in the Design Thinking Process. in *2018 22nd International Conference Information Visualisation (IV)* (pp. 362- 367).
- Khairunnas, K., & Assauri, S. (2020). Analisis Pengaruh Brand Identity Design Terhadap Proses Pembentukan Brand Awareness Studi Kasus: Nordhenbasic. *Jurnal Manajemen dan Usahawan Indonesia*, *41*(1), 20.
- Kristianti, Livia. (2023). Mengintip Solo Technopark, Ikon Baru di Surakarta. *Antara*. <https://www.antaraneews.com/berita/3383715/mengintip-solo-technopark-ikon-baru-di-surakarta> diakses pada 20 Mei 2023.
- Kriyantono, R. (2010). Teknik Praktis Riset Komunikasi Disertai Contoh Praktis Riset Media, Public Relations, Advertising, Komunikasi Organisasi, Komunikasi Pemasaran. Jakarta : Kencana.
- Kurniawan, A., & Lubis, D. S. (2022). Perancangan Corporate Identity Sebagai Media Promosi Pada UMKM Fajar Mebel Berbasis Adobe Photoshop Adobe Premiere Pro Dan Coreldraw. *CIVITAS: Jurnal Studi Manajemen*, *4*(1), 28-40.
- Kusharsanto, Z. S., & Pradita, L. (2016). The Important Role of Science and Technology Park Towards Indonesia as a Highly Competitive and Innovative Nation. *Procedia-Social and Behavioral Sciences*, *227*, 545-552.
- Landa, R. (2011). *Graphic Design Solutions (Fourth Edition)*. Boston: Wadsworth.
- Lazuardi, M. L., & Sukoco, I. (2019). Design Thinking David Kelley & Tim Brown: Otak Dibalik Penciptaan Aplikasi Gojek. *Organum: Jurnal Saintifik Manajemen dan Akuntansi*, *2*(1), 1-11.
- Limanjaya, V. H. & Brahmana, R. K. M. R. (2015). Pengaruh *Brand Personality* Teh Javana Terhadap *Purchase Intention* melalui Pendekatan *Self-image Congruence*. *Jurnal Strategi Pemasaran*, *3*(1), 1-15.

- López, Y. M. (2015). Supergráfica. *EME Experimental Illustration, Art & Design*, (3), 74-87.
- Luzar, L. C., & Monica, M. (2013). Peranan Komunikasi Visual bagi Identitas Perusahaan. *Humaniora*, 4(1), 528-538.
- Medinna, G. & Hasbi, I. (2020). Pengaruh *Brand Credibility*, *Brand Personality*, dan *Endorsement Beauty Vlogger* Terhadap *Purchase Intention* Dengan *Brand Image* Sebagai Variabel *Intevening* (Studi Kasus Pada Konsumen Produk Make Over Bandung). *Jurnal Menara Ekonomi: Penelitian dan Kajian Ilmiah Bidang Ekonomi*, 6(1).
- Najih, N., & Kusumandyoko, T. C. (2022). Perancangan Identitas Visual Tirai Psikologi di Blankspace Creative. *BARIK*, 4(2), 242-256.
- Oktafiani, F., et al. (2023). Peranan Program Pendidikan dan Pelatihan Solo Technopark Guna Meningkatkan Kualitas SDM di Surakarta. *Madani: Jurnal Ilmiah Multidisiplin*, 1(10).
- Pahlevi, A. R. (2014). *TA: Perancangan Corporate Identity SI Desain Komunikasi Visual Stikom Surabaya Sebagai Upaya Meningkatkan Brand Awareness*. Undergraduate thesis, STIKOM Surabaya.
- Pemerintah Kota Surakarta. (2022). Peraturan Walikota (PERWALI) Kota Surakarta Nomor 15 Tahun 2022. *Tentang Pembentukan, Kedudukan, Susunan Organisasi, Tugas dan Fungsi Serta Tata Kerja Unit Pelaksana Teknis Daerah*.
- Pemerintah Kota Surakarta. (2022). Peraturan Walikota (PERWALI) Kota Surakarta Nomor 38 Tahun 2022. *Tentang Pola Tata Kelola Badan Layanan Umum Daerah Unit Pelaksana Teknis Daerah Kawasan Sains dan Teknologi pada Badan Penelitian dan Pengembangan Daerah Kota Surakarta*.
- Pertiwi, Ambar. (2014). "Penggunaan Brand Community Sebagai Alat Komunikasi Pemasaran: Studi Komparatif PT Astra International-Honda dan PT

- Yamaha Indonesia Motor Manufacturing.” Dalam Thesis Ilmu Komunikasi. Universitas Gajah Mada. Yogyakarta.
- Praswati, A. N. (2017). Perkembangan Model Helix dalam Peningkatan Inovasi. *Prosiding Seminar Nasional Riset Manajemen dan Bisnis*, 690-705.
- Pujiriyanto. (2012). Teknologi Pengembangan Media dan Pembelajaran. Yogyakarta: UNY Press
- Purnamasari, I., *et al.* (2023). Pengembangan Brand Guideline Merk Industri Susu Lokal. *CARADDE: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 6(1), 68-68.
- Purnamawati dan Eldarni. (2001). Media Pembelajaran. Jakarta: CV. Rajawali.
- Putra, P., Irfa, N. N. P., Sazaki, Y., Hardiyanti, D. Y., & Novianti, H. (2023). Penerapan Metode Design Thinking Terhadap Perancangan User Interface Marketplace BuildID Untuk User. *Indonesian Journal of Computer Science*, 12(5).
- Pyrhönen, E. (2019). Hack the Design System. *Idean Publishing*. <https://www.idean.com/micro/invent-design-systems>.
- Rachmawati, I. N. (2007). Pengumpulan data dalam penelitian kualitatif: wawancara. *Jurnal Keperawatan Indonesia*, 11(1), 35-40.
- Rahmadhani, U., Purnomo, D., & Pujianto, T. (2021). Strategi Promosi dalam Meningkatkan Brand Awareness melalui Media Sosial Instagram pada Startup Trafeeka Coffee. *Jurnal Ekonomi Pertanian dan Agribisnis*, 5(2), 377-389.
- Redono, D. (2013). *Simple Promotion an Branding untuk Usaha Kecil Menengah*. Malang: Universitas Brawijaya Press (UB Press).
- Republik Indonesia. (2002). Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 18 Tahun 2002. *Tentang Sistem Nasional Penelitian, Pengembangan, Dan Penerapan Ilmu Pengetahuan Dan Teknologi*.
- Ridariono, N. R. (2018). *TA: Perancangan Identitas Visual Kampung Manik-Manik Kaca di Desa Plumbon Gombang Kabupaten Jombang sebagai Upaya*

- Meningkatkan Brand Awareness*. Undergraduate thesis, Institut Bisnis dan Informatika Stikom Surabaya.
- Rinjani, D., Sari, M. P., & Padmasari, A. C. (2022). Ensiklopedia Tipografi Sebagai Media untuk Meningkatkan Pemahaman Terhadap Tipografi. *Jurnal Pendidikan Multimedia (Edsence)*, 4(2), 85-92.
- Riyadh, A., & Surahman, A. (2022). Graphic Manual Standard's Logo as Communication Strategy: Case Study Logo of Universitas' Aisyiyah Bandung'. *REKA MAKNA: Jurnal Komunikasi Visual*, 2(1), 26-34.
- Roostamaji, A. (2017). Perancangan Corporate Identity (Stationary Kit) Pada CV. Multi Raya Guna Meningkatkan Brand Awareness. Fakultas Teknologi dan Informatika Institut Bisnis dan Informatika.
- Saepudin, A., Juhana, A., & Rinjani, D. (2023). Perancangan UI/UX Aplikasi Donasi Lembaga Amil Zakat Nasional Rumah Yatim. *Jurnal Ilmiah IT CIDA*, 9(2), 73-84.
- Samudra, S. M. (2020). *Perancangan Corporate Identity Macaron Amore Untuk Meningkatkan Daya Jual Produk*. (Doctoral dissertation, Institut Seni Indonesia Surakarta).
- Sari, I. P., Kartina, A. H., Pratiwi, A. M., Oktariana, F., Nasrulloh, M. F., & Zain, S. A. (2020). Implementasi Metode Pendekatan Design Thinking dalam Pembuatan Aplikasi Happy Class Di Kampus UPI Cibiru. *Edsence: Jurnal Pendidikan Multimedia*, 2(1), 45-55.
- Sari, N. M., & Retnaningsih, E. (2020). Strategi Pengembangan Science Techno Park Melalui Ekosistem Inovasi dalam Rangka Peningkatan Daya Saing Daerah Provinsi Sumatera Selatan. *Publikasi Penelitian Terapan Dan Kebijakan*, 3(1), 1-20.
- Sarosa, S. (2021). *Analisis data penelitian kualitatif*. Sleman: PT Kanisius.
- Sayatman, S., Soewito, B. M., & Noordyanto, N. (2021). Pengembangan Konsep Brand Identity dan Visual System ITS yang Lebih Terintegrasi. *Jurnal*

Desain Idea: Jurnal Desain Produk Industri Institut Teknologi Sepuluh Nopember Surabaya, 20(1), 10-15.

SETDA Kota Surakarta. (2023). Peresmian Solo Technopark. https://setda.surakarta.go.id/page/detail_berita/peresmian-solo-technopark#:~:text=Pemimpin%20BLUD%20Kawasan%20Sains%20dan,komunal%20termasuk%20boulevard%20air%20mancur diakses pada 20 Mei 2023.

Setyawan, Abednego Danu. (2022). *Profil Inkubator Bisnis dan Teknologi Solo Technopark*.

Singh, A. S., & Masuku, M. B. (2014). Sampling Techniques & Determination of Sample Size in Applied Statistics Research: An overview. *International Journal of economics, commerce and management*, 2(11), 1-22.

Solo Technopark. (2021). *Profil Solo Technopark*.

Solo Technopark. (2022). *Booklet Solo Technopark*.

Solo Technopark. (2023). <https://solotechnopark.id/> diakses pada 20 Mei 2023.

Suarez, M. (2019). Design Systems Handbook. *InVision*.

Suherman, K., Hagijanto, A. D., & Maer, B. D. A. (2019). Perancangan Branding Aksesoris" Tanda". *Jurnal DKV Adiwarna*, 1(14), 9.

Supranto, J. (2000). *Teknik Sampling untuk Survei dan Eksperimen*. Jakarta: Penerbit PT Rineka Cipta.

Swasty, W. (2016). *Branding, Memahami dan Merancang Strategi Merek*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya Offset.

Tolinggi, W., & Hayatiningsih, G. (2018). *Agro Science Techno Park*. Gorontalo: Ideas Publishing.

Videy Sukarno, S. (2021). *Perancangan Media Promosi dan Identitas Visual Desa Wisata Bale Bukit Zaitun Provinsi Sumatera Utara* (Doctoral dissertation, Institut Seni Indonesia Yogyakarta).

- Wahdjudha, R. O., Yulius, Y., & Iswandi, H. (2022). Perancangan Komunikasi Visual Promosi Inovasi Produk Kuliner Malbi Khas Kota Palembang. *Journal of Comprehensive Science (JCS)*, 1(2), 222-235.
- Wijaya, P. Y. (1999). Tipografi dalam desain komunikasi visual. *Nirmana*, 1(1).
- Wimajaya, I. G. A. B., Udayana, A. A. G. B., & Nuriarta, I. W. (2023). Perancangan Brand Guideline Covita. *AMARASI: Jurnal Desain Komunikasi Visual*, 4(02), 245-255.
- Wrona, K. (2015). *Visual Identity and Rebranding*. (2015). <https://doi.org/10.14611/minib.16.02.2015.06>.
- Yapto, K. A., & Yusuf, V. (2022). Pengaruh Visual Brand Identity dalam Konten Promosi Media Sosial Instagram Marugame Udon terhadap Audiens. *Jurnal DKV Adiwarna*, 1, 9.