

162/S/PM-KCBR/PK.03.08/16/JULI/2024

**PERANCANGAN *VISUAL IDENTITY* UMKM KULINER
“SEBLAK BUNDA RAZIEL” SEBAGAI IDENTITAS UMKM**

SKRIPSI

Diajukan untuk memenuhi salah satu syarat memperoleh gelar
Sarjana Pendidikan Program Studi Pendidikan Multimedia



Oleh
Ilham Ronal Rustaman
2003326

**PROGRAM STUDI PENDIDIKAN MULTIMEDIA
KAMPUS UPI DI CIBIRU
UNIVERSITAS PENDIDIKAN INDONESIA
2024**

LEMBAR HAK CIPTA

**PERANCANGAN *VISUAL IDENTITY* UMKM KULINER “SEBLAK
BUNDA RAZIEL” SEBAGAI IDENTITAS UMKM**

Oleh
Ilham Ronal Rustaman

Sebuah skripsi yang diajukan untuk memenuhi salah satu syarat memperoleh gelar
Sarjana Pendidikan pada Program Studi Pendidikan Multimedia Universitas
Pendidikan Indonesia Kampus di Cibiru

©Ilham Ronal Rustaman
Universitas Pendidikan Indonesia
Juli 2024

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
Skripsi ini tidak boleh diperbanyak seluruhnya atau sebagian,
dengan dicetak ulang, difoto kopi, atau cara lainnya tanpa izin dari penulis.

LEMBAR PENGESAHAN

ILHAM RONAL RUSTAMAN

**PERANCANGAN *VISUAL IDENTITY* UMKM KULINER “SEBLAK
BUNDA RAZIEL” SEBAGAI IDENTITAS UMKM**

Disetujui dan disahkan oleh pembimbing:

Pembimbing I

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

NIP. 920171219860906201

Pembimbing II

Intan Permata Sari, S.ST., M.Ds.

NIP. 920171219900606201

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 penulis menyatakan bahwa skripsi dengan judul **PERANCANGAN VISUAL IDENTITY UMKM KULINER “SEBLAK BUNDA RAZIEL” SEBAGAI IDENTITAS UMKM** ini beserta seluruh isinya adalah benar-benar karya penulis sendiri. Penulis 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 resiko/sanksi apabila di kemudian hari ditemukan adanya pelanggaran etika keilmuan atau ada klaim dari pihak lain terhadap keaslian karya saya ini.

Bandung, 1 Juli 2024

Pembuat pernyataan,



Ilham Ronal Rustaman

NIM. 2003326

UCAPAN TERIMAKASIH

Puji Syukur kepada Allah SWT karena berkah Rahmat, nikmat, dan izin-Nya penulis mampu menyelesaikan skripsi dengan judul **PERANCANGAN *VISUAL IDENTITY* UMKM KULINER “SEBLAK BUNDA RAZIEL” SEBAGAI IDENTITAS UMKM**. Penyusunan skripsi ini adalah salah satu syarat untuk mendapatkan gelar Sarjana Pendidikan di Program Studi Pendidikan Multimedia, Universitas Pendidikan Indonesia, Kampus daerah Cibiru. Penulis menyadari dalam penyusunan skripsi ini tidak akan bisa diselesaikan tanpa bantuan dari pihak-pihak yang senantiasa membantu penulis. Karena itu pada kesempatan kali ini, penulis ingin menyampaikan terima kasih sebanyak-banyaknya kepada:

1. Ibu Dian Rinjani, S.Pd., M.Ds. selaku dosen pembimbing pertama yang sudah membimbing penulis, mengarahkan apa yang harus dilakukan, mengoreksi dan memeriksa skripsi, menjadi teman diskusi, memberikan ilmu yang sangat bermanfaat untuk penulis, menjadi pendorong dan pemberi motivasi handal bagi penulis, serta menjadi pendengar yang baik di saat penulis sedang mengalami masalah dalam proses penyusunan skripsi. Terimakasih sudah menjadi Ibu yang sangat baik, semoga semua kebaikan selalu menyertai Ibu.
2. Ibu Intan Permata Sari, S.St., M.Ds. selaku dosen pembimbing kedua yang sudah mengarahkan penulisan dan penyusunan skripsi, membantu mengoreksi penulisan, dan menjadi dosen pembimbing saat penulis magang di PT. Mata Visual Mediatama. Terimakasih banyak untuk pengalaman dan ilmu-ilmu yang sudah diberikan, serta membimbing penulis sehingga skripsi bisa terselesaikan.
3. Terimakasih kepada orangtua penulis, Bapa Ruli Kustaman dan Ibu Suryani yang selalu mendengarkan keluh kesah penulis, memberikan bantuan dalam bentuk materi, non-materi, doa, serta motivasi yang selalu diucapkan ketika penulis sedang mengalami kesulitan, semoga kebaikan-kebaikan yang sudah diberikan, bisa dilipat gandakan dengan balasan baik oleh Allah SWT.
4. Terimakasih kepada adik penulis, Fahri Alfian Kustaman yang selalu menerima suruhan dari penulis, untuk membeli sesuatu yang dibutuhkan.
5. Terimakasih sebanyak-banyaknya kepada calon istri penulis yaitu Rafifah Rahma Nadinda yang senantiasa membantu penulis dimanapun, kapanpun, dan bagaimanapun kondisinya. Terimakasih sudah selalu memberikan dorongan

yang sangat kuat untuk penulis tetap berdiri, sehingga penulis bisa menyelesaikan masa perkuliahan. Semoga harapan dari penulis dan Rafifah Rahma Nadinda untuk bisa menikah di Tahun 2026 atau 2027 dapat terwujud.

6. Ibu Maya Purnamasari, S.Pd., M.Ds. selaku dosen di Program Studi Pendidikan Multimedia yang sudah memberikan ilmu dan pengalaman selama perkuliahan. Terimakasih sudah menjadi ibu yang sangat baik, semoga semua cita-citanya dapat terwujud, selalu diberi Kesehatan dan kekuatan, serta semua kebaikan selalu menyertai.
7. Ibu Ayung Candra Padmasari, S.Pd., M.T. selaku dosen wali penulis dan Ketua Program Studi, terimakasih sudah menjadi dosen wali yang baik dan ramah, terimakasih atas seluruh kebaikan yang sudah diberikan, semoga Kesehatan dan kebaikan selalu menyertai.
8. Bapak Fahmi Chandra Permana, S.Si., M.T. selaku dosen dan Ketua Program Studi Pendidikan Multimedia periode 2018-2022, terimakasih atas segala ilmu yang sudah diberikan, penulis jadi memahami tentang dunia komputasi. Semoga Bapak Fahmi diberi kesehatan selalu.
9. Bapak Feri Hidayatullah Firmansyah, M.MT. selaku dosen Pendidikan Multimedia yang sudah memberi ilmu, nasihat dan pengalaman, terimakasih sudah menjadi dosen yang memberi ilmu seputar komputasi. Semoga Kesehatan dan kebaikan menyertai Bapak selalu.
10. Bapak Nurhidayatulloh, S.Pd., M.T. selaku dosen Prodi Pendidikan Multimedia yang sudah memberikan pengalaman, ilmu, serta nasihat bagi penulis mengenai penulisan skripsi. Semoga bapak diberi kesehatan dan kebaikan menyertai bapak selalu.
11. Bapak Agus Juhana, S.Pd., M.T. selaku dosen Prodi Pendidikan Multimedia yang sudah memberikan saran mengenai metode penelitian, ilmu, dan materi yang sangat bermanfaat. Semoga bapak diberi kesehatan, keselamatan, dan kebaikan yang selalu menyertai bapak.
12. Bapak Reza selaku staff Program Studi Pendidikan Multimedia, yang turut membantu dalam proses administrasi penulis selama masa perkuliahan, semoga bapak diberi Kesehatan, dan kebaikan selalu yang menyertai bapak.

13. Ibu Sri Rahayu Hidayat dan Bapa Wahyu Abdul Mukti selaku pelaku usaha Seblak Bunda Raziel, terimakasih sudah mengizinkan dan memberi kesempatan penulis untuk menjadikan tempat usaha sebagai penelitian yang penulis lakukan. Semoga usaha Seblak Bunda Raziel menjadi lebih besar dan lebih maju dari sekarang.
14. Terimakasih kepada Teman Unggas, Erin, Reza, Thoriq, Batman, Pa Muh, Gusti, Mang Uyan, Sipa, Sipe, Sabi, Jendot, Caca, Tigor, yang sudah memberi penulis semangat.

Bandung, 1 Juli 2024

Penulis,



Ilham Ronal Rustaman

NIM. 2003326

PERANCANGAN *VISUAL IDENTITY* UMKM KULINER “SEBLAK BUNDA RAZIEL” SEBAGAI IDENTITAS UMKM

Ilham Ronal Rustaman

NIM. 2003326

ABSTRAK

Perancangan *visual identity* merupakan langkah yang dapat dilakukan untuk memiliki identitas perusahaan kedalam bentuk visual. Salah satu UMKM (Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah) pada sektor kuliner yaitu Seblak Bunda Raziel perlu membuat *visual identity* karena perusahaan tersebut beberapa kali ditiru nama merek usahanya, sehingga konsumen tidak dapat membedakan usaha tersebut antara yang asli dan palsu. Tujuan dari penelitian merancang *visual identity* usaha Seblak Bunda Raziel, serta menghasilkan rancangan yang dapat diterapkan pada berbagai media promosi. Metode yang digunakan dalam penelitian yaitu *practice-led research*, yang memiliki lima tahapan yaitu tahap persiapan, tahap mengimajinasi, tahap pengembangan imajinasi, tahap pengerjaan, dan hasil karya. Hasil penelitian menciptakan *visual identity* untuk usaha Seblak Bunda Raziel berupa logo, warna, *typeface*, *pattern*, dan beberapa aturan dalam penggunaan logo yang terdapat pada *brand book*. *Visual identity* yang dihasilkan diterapkan pada media promosi yaitu *polo shirt*, *apron*, *sign system*, kemasan, stiker, mangkuk, *tote bag*, kartu pesanan, daftar menu, serta pembuatan akun instagram perusahaan meliputi feed instagram, *story* harian, template postingan, dan template *story* instagram. Hasil perancangan *visual identity* yang sudah dilakukan diterima dan diterapkan oleh perusahaan untuk memperkuat identitas perusahaan kedalam bentuk visual.

Kata Kunci: Seblak Bunda Raziel, *Visual Identity*, *Practice Led Research*.

**VISUAL DESIGN OF CULINARY MSME IDENTITY "SEBLAK BUNDA
RAZIEL" AS MSME IDENTITY**

Ilham Ronal Rustaman

NIM. 2003326

ABSTRACT

Designing a visual identity is a step that can be taken to have a company identity in visual form. One of the MSMEs (Micro, Small and Medium Enterprises) in the culinary sector, namely Seblak Bunda Raziel, needs to create a visual identity because the company has copied its business brand name several times, so consumers cannot differentiate between the original and fake business. The aim of the research is to design a visual identity for Seblak Bunda Raziel's business, as well as produce a design that can be applied to various promotional media. The method used in the research is practice-led research, which has five stages, namely the preparation stage, the imagination stage, the imagination development stage, the workmanship stage, and the work product. The results of the research created a visual identity for Seblak Bunda Raziel's business in the form of a logo, color, typeface, pattern, and several rules for using the logo in the brand book. The resulting visual identity is applied to promotional media, namely polo shirts, aprons, sign systems, packaging, stickers, bowls, tote bags, order cards, menu lists, as well as creating company Instagram accounts including Instagram feeds, daily stories, post templates and story templates. Instagram. The results of the visual identity design that have been carried out are accepted and implemented by the company to strengthen the company's identity in visual form.

Keywords: *Seblak Bunda Raziel, Visual Identity, Practice Led Research.*

DAFTAR ISI

LEMBAR HAK CIPTA	i
LEMBAR PENGESAHAN	ii
LEMBAR PERNYATAAN	iii
UCAPAN TERIMAKASIH	iv
ABSTRAK	vii
<i>ABSTRACT</i>	viii
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR TABEL.....	xii
DAFTAR GAMBAR	xiii
DAFTAR LAMPIRAN	xv
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	3
1.3 Batasan Masalah.....	4
1.4 Tujuan Penelitian.....	4
1.5 Manfaat Penelitian	4
1.6 Struktur Organisasi Skripsi	5
BAB II KAJIAN PUSTAKA	6
2.1 <i>Visual Identity</i>	6
2.2 Prinsip-Prinsip Desain.....	7
2.2.1 Keselarasan	7
2.2.2 Kontras	7
2.2.3 Kesatuan.....	7
2.2.4 Keseimbangan	8
2.2.5 Kesederhanaan	8
2.2.6 Penekanan	8
2.2.7 Proporsi	8
2.3 Unsur-Unsur Desain.....	9
2.3.1 Unsur Konsep.....	9
2.3.2 Unsur Rupa	10
2.3.3 Unsur Pertalian.....	11
2.3.4 Unsur Peranan	12

2.4 Pengertian Brand (Merek).....	12
2.5 Branding.....	13
2.6 Elemen-Elemen Branding.....	15
2.7 <i>Brand Identity</i> (Identitas Merek).....	18
2.8 <i>Brand Image</i> (Citra Merek).....	20
2.9 <i>Brand Awareness</i> (Kesadaran Merek).....	21
2.10 <i>Brand Positioning</i> (Penempatan Merek).....	22
2.11 Usaha Mikro, Kecil dan Menengah.....	23
2.12 <i>Profile</i> Seblak Bunda Raziel.....	24
2.13 Identitas UMKM Seblak Bunda Raziel.....	25
2.14 Data Pengusaha.....	26
2.15 Visi Misi Perusahaan.....	26
2.16 Penelitian Relevan.....	27
BAB III METODOLOGI PENELITIAN.....	30
3.1 Desain Penelitian.....	30
3.2 Alur Metode Penciptaan Karya.....	30
3.3 Tahap Persiapan.....	31
3.3.1 Pengumpulan Data.....	31
3.3.2 Analisis Data.....	32
3.4 Tahap Mengimajinasi.....	34
3.5 Tahap Pengembangan Imajinasi.....	34
3.6 Tahap Pengerjaan.....	35
3.7 Hasil Karya.....	36
BAB IV TEMUAN DAN PEMBAHASAN.....	37
4.1 Tahap Persiapan.....	37
4.1.1 Observasi.....	37
4.1.2 Wawancara.....	38
4.1.3 Analisis SWOT.....	38
4.1.4 Analisis STP.....	41
4.2 Tahap Mengimajinasi.....	43
4.3 Tahap Pengembangan Imajinasi.....	43
4.3.1 <i>Mind Mapping</i>	43
4.3.2 <i>Moodboard</i>	43

4.3.3 Morphological Matrix	44
4.4 Tahap Pengerjaan	44
4.4.1 Pembuatan Logo.....	45
4.4.2 <i>Color Palette</i>	53
4.4.3 Tipografi.....	54
4.4.4 <i>Pattern</i>	55
4.5 Hasil Karya.....	55
4.5.1 <i>Mockup</i> dan Desain	55
4.5.2 Distribusi Karya	61
BAB V KESIMPULAN, IMPLIKASI, DAN REKOMENDASI	63
5.1 Kesimpulan	63
5.2 Implikasi.....	63
5.3 Rekomendasi.....	64
DAFTAR PUSTAKA	65
LAMPIRAN.....	69

DAFTAR TABEL

Tabel 2. 1 Identitas UMKM Seblak Bunda Raziel.....	25
Tabel 2. 2 Data Pengusaha	26
Tabel 2. 3 Visi & Misi Perusahaan	26
Tabel 2. 4 Penelitian Terdahulu	27
Tabel 4. 1 Analisis Demografis	41

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Toko Seblak Bunda Raziell pada Aplikasi Gojek	2
Gambar 1. 2 Visual Seblak Bunda Raziell	2
Gambar 2. 1 <i>Logotype</i>	16
Gambar 2. 2 <i>Iconic/Symbolic Logos</i>	16
Gambar 2. 3 <i>Combination Mark Logos</i>	17
Gambar 2. 4 Fase Pembuatan Brand Identity.....	19
Gambar 2. 5 Faktor-Faktor <i>Brand Image</i>	21
Gambar 3. 1 Tahap Penciptaan Karya	31
Gambar 4. 1 Observasi dan Kunjungan ke Seblak Bunda Raziell	37
Gambar 4. 2 <i>Mind Mapping</i>	43
Gambar 4. 3 <i>Moodboard</i>	43
Gambar 4. 4 Morphological Matrix	44
Gambar 4. 5 Sketsa Logo	45
Gambar 4. 6 Sketsa Logogram.....	46
Gambar 4. 7 Sketsa <i>Logotype</i>	46
Gambar 4. 8 Primary Logo.....	47
Gambar 4. 9 Struktur Logogram	48
Gambar 4. 10 Variasi Warna <i>Primary Logo</i>	48
Gambar 4. 11 <i>Secondary Logo</i>	49
Gambar 4. 12 <i>Whitespace</i> logo	49
Gambar 4. 13 Print Based Minimum Size	50
Gambar 4. 14 Screen Based Minimum Size	51
Gambar 4. 15 <i>Correct Logo Usage</i>	52
Gambar 4. 16 <i>Incorrect Logo Usage</i>	52
Gambar 4. 17 Brandmark Color Availability	53
Gambar 4. 18 <i>Color Palette</i>	53
Gambar 4. 19 Tipografi.....	54
Gambar 4. 20 <i>Pattern</i>	55
Gambar 4. 21 <i>Brand Book</i>	55
Gambar 4. 22 Polo Shirt.....	56
Gambar 4. 23 <i>Apron</i>	56

Gambar 4. 24 Sign System.....	57
Gambar 4. 25 Packaging	57
Gambar 4. 26 <i>Sticker</i>	58
Gambar 4. 27 <i>Bowl</i>	58
Gambar 4. 28 Totebag	59
Gambar 4. 29 Kartu Pesanan.....	59
Gambar 4. 30 Daftar Menu	60
Gambar 4. 31 <i>Motion Graphic</i>	60
Gambar 4. 32 Feeds Instagram.....	61
Gambar 4. 33 Template Story & Feed Instagram.....	62
Gambar 4. 34 Story Harian Instagram	62

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. SK Pembimbing Skripsi	69
Lampiran 2. Kuesioner Keunggulan Seblak Bunda Raziel.....	70
Lampiran 3. Lembar Wawancara	72
Lampiran 4. Turnitin	75
Lampiran 5. Brand Book.....	76

DAFTAR PUSTAKA

- Al Ishaqi, A. A., & Islam, M. A. (2021). Perancangan Re-branding Identitas Visual Kopi Totalitas di Surabaya. *BARIK*, 2(3), 1–15.
- Alim, B., & Chandra, E. (2023). Rebranding UMKM Mentai Melalui Perancangan Identitas Visual. *Gorga: Jurnal Seni Rupa*, 12(1), 174–181.
- de Riandra, C. N., & Islam, M. A. (2021). Perancangan Identitas Visual Catering & Bakery Cherry. *BARIK-Jurnal SI Desain Komunikasi Visual*, 2(2), 43–56.
- Fadhallah, R. A. (2021). *Wawancara*. Unj Press.
- Fatimah, F. N. D. (2016). *Teknik Analisis SWOT*. Anak Hebat Indonesia.
- Hanim, L., & Noorman, M. (2018). *UMKM (Usaha Mikro Kecil Menengah) dan Bentuk-Bentuk Usaha*. Unissula Press.
- Haseman, B. (2007). Tightrope Writing: Creative Writing Programs in The RQF Environment. *TEXT*, 11(1), 1–12.
- Hendriyana, H. (2022). *Metodologi Penelitian Penciptaan Karya Practice-Led Research and Practice-Based Research Seni Rupa, Kriya, Dan Desain—edisi Revisi*. Penerbit Andi.
- Ilmullah, M., & Marwan, R. H. (2024). Re-design Logo dan Corporate Identity KsatriaKopi Srengseng Dengan Tujuan Untuk Branding Image. *Jurnal Desain Komunikasi Visual*, 1(1), 13.
- Inayati, L. S., & Wahyuni, D. U. (2017). Pengaruh kesadaran merek, persepsi kualitas, asosiasi merek, dan periklanan terhadap keputusan pembelian. *Jurnal Ilmu Dan Riset Manajemen (JIRM)*, 6(4).
- Kharishma, V., Firnandi, R., Iqbal, M., & Krishnasari, E. D. (2018). Perancangan Motion Graphic untuk Iklan Layanan Masyarakat Berjudul Go Green dengan Rumah Ekologis. *Semnasteknomedia Online*, 6(1), 1–2.
- Khasanah, N. A., & Sugiati, M. A. (2016). Strategi Desain Call Jack Yogyakarta dan Implementasinya pada Media Visual. *EProceedings of Art & Design*, 3(3).

- Kotler, P., & Keller, K. L. (2013). *Marketing Management* (14e ed., Vol. 22). Pearson Education.
- Kotler, P., Keller, K. L., Brady, M., Goodman, M., & Hansen, T. (2019). *Marketing Management*. Singapore: Pearson Education.
- Kwanda, C., Hagijanto, A. D., & Maer, B. D. A. (2019). Perancangan Visual Branding Sebagai Pendukung Promosi Produk Batik Ikat Celup UMKM Siwalankerto di Surabaya. *Jurnal DKV Adiwarna*, 1(14), 10.
- Luzar, L. C., & Monica, M. (2013). Peranan Komunikasi Visual bagi Identitas Perusahaan. *Humaniora*, 4(1), 528-538.
- Marta, W., Akmal, A., & Usman, R. (2022). Perancangan Visual Identity Regina Catering. *Judikatif: Jurnal Desain Komunikasi Kreatif*, 10–19.
- Morrisan, M. A. (2017). *Metode Penelitian Survei*. Jakarta: Kencana.
- Muntazori, A. F., Listya, A., & Qeis, M. I. (2019). Branding Produk UMKM Pempek Gersang. *Jurnal Desain*, 6(03), 177. <https://doi.org/10.30998/jd.v6i3.4252>
- Murwanti, A. (2017). Pendekatan Practice-led Research sebuah Upaya Fundamental untuk Mengatasi Ketimpangan antara Praktik Penciptaan Seni Rupa dan Publikasi Akademik di Indonesia. *Seminar Nasional Seni Dan Desain 2017*, 16–23.
- Oscario, A. (2013). Pentingnya peran logo dalam membangun brand. *Humaniora*, 4(1), 191-202.
- Padmasari. A.C. (2021). *Buku Ajar Praktikum Digital Video*. Bandung: CV.AI Paristeam.
- Padmasari, A. C., & Hizbillah, M. R. A. (2022, September). Permodelan Virtual 3D Exhibition Berbasis Mixed Reality Sebagai Media Informasi dan Kemitraan Produk Aplikasi Digital Kreatif Program Studi Pendidikan Multimedia UPI. In *Seminar Nasional Teknologi Pembelajaran* (Vol. 2, No. 1, pp. 45-63).
- Padmasari, A. C., Rostika, D., Permana, F. C., & Firmandyah, F. H. (2021). Pelatihan Technopreneurship melalui Social Commerce dan Branded Content Management

- bagi Mahasiswa Pendidikan Multimedia. *CARADDE: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 3(3).
- Portal Satu Data. (2023). *Jumlah UMKM yang Ada*. [Online]. Diakses dari <https://satudata.bandungkab.go.id/dataset/jumlah-umkm-yang-ada>
- Prasetyo, B. D., & Febriani, N. S. (2020). *Strategi Branding: Teori dan Perspektif Komunikasi dalam Bisnis*. Universitas Brawijaya Press.
- Putri, D. E., Sudirman, A., Suganda, A. D., Kartika, R. D., Martini, E., Susilowati, H., Trenggana, A. F. M., Zulfikar, R., & Handayani, T. (2021). *Brand Marketing*. Penerbit Widina.
- Rinjani, D., Sari, M. P., & Padmasari, A. C. (2022). Ensiklopedia Tipografi sebagai Media untuk Meningkatkan Pemahaman terhadap Tipografi. *Jurnal Pendidikan Multimedia (Edsence)*, 4(2), 101–108.
- Roisah, R., Hakim, L., & Mukminin, A. (2018). Strategi Membangun Brand Awareness Pada Usaha Mikro Kecil Menengah (Studi UKM Baju Bayi Inda Collection). *Jurnal Abdimas BSI: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 1(2).
- Sachari, A. (2004). *Seni Rupa dan Desain*. Jakarta: Gelora Aksara Pratama Erlangga.
- Said, A. A. (2006). *Dasar Desain Dwimatra*. Makassar: Penerbit UNM.
- Said, A. A. (2015). *Desain Logo*. Makassar: Fakultas Seni dan Desain UNM Makassar.
- Santoso, D., & Purba, R. (2020). Visual Branding Makanan Tradisional Makanan Getuk Lindri Dalam Konsep Modern. *Jurnal Mahasiswa Fakultas Seni dan Desain*, 1(1), 91-102.
- Sitorus, S. A., Romli, N. A., Tingga, C. P., Sukanteri, N. P., Putri, S. E., Gheta, A. P. K., Wardhana, A., Nugraha, K. S. W., Hendrayani, E., & Susanto, P. C. (2022). *Book of Brand Marketing: The Art of Branding*. Media Sains Indonesia.
- Sofiah, R., Suhartono, S., & Hidayah, R. (2020). Analisis Karakteristik Sains Teknologi Masyarakat (STM) sebagai Model Pembelajaran: Sebuah Studi Literatur. *Pedagogi: Jurnal Penelitian Pendidikan*, 7(1).

- Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Surono, A., PP, B. P., & Sukmaraga, A. A. (2021). Rebranding Umkm Kafe Kopiright Malang Berbasis Analisis SWOT Untuk Meningkatkan Brand Awareness. *Sainsbertek Jurnal Ilmiah Sains & Teknologi*, 2(1), 125–143.
- Syafii, M., & Budiyanto, N. E. (2022). Penerapan Digital Marketing dengan Analisis STP (Segmenting, Targeting, Positioning). *Jurnal Informatika Dan Rekayasa Perangkat Lunak*, 4(1), 66–71.
- Tisnadiwangsa, S. G., Soewardikoen, D. W., & Fauzy, M. T. (2021). Perancangan Identitas Visual dan Media Promosi UMKM Sambal Bawang MM. *EProceedings of Art & Design*, 8(6).
- Yulianto, A. (2023). Visual Re-Branding Identity Sebagai Strategi Promosi Museum Tekstil. *Jurnal Abdimas Bina Bangsa*, 4(2), 1230–1242.
- Yulius, Y. (2018). Pengaplikasian Golden Ratio pada Perancangan Logo dalam Perspektif Desain Komunikasi Visual. *Besaung: Jurnal Seni Desain Dan Budaya*, 3(3).
- Zharandont, P. (2015). Pengaruh Warna bagi Suatu Produk dan Psikologis Manusia. *Bandung. Universitas Telkom*, 7.