

**PERANCANGAN IDENTITAS *BRANDING* PADA UMKM TELUR ASIN IBU
IYAM DI KECAMATAN CIBIRU BANDUNG**

SKRIPSI

diajukan sebagai syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Pendidikan,
Program Studi Pendidikan Multimedia



Oleh :

Febyana Chitta

NIM 1807688

PROGRAM STUDI PENDIDIKAN MULTIMEDIA

KAMPUS UPI DI CIBIRU

UNIVERSITAS PENDIDIKAN INDONESIA

2022

Febyana Chitta, 2022

*PERANCANGAN IDENTITAS **BRANDING** PADA UMKM TELUR ASIN IBU IYAM DI KECAMATAN CIBIRU
BANDUNG*

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu

FEBYANA CHITTA

**PERANCANGAN IDENTITAS *BRANDING* PADA UMKM TELUR ASIN IBU
IYAM DI KACAMATAN CIBIRU BANDUNG**

Disetujui dan disahkan oleh pembimbing:

Pembimbing 1



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

NIP. 920171219860906201

Pembimbing 2



Maya Purnama Sari, S.Pd., M.Ds.

NIP. 920171219890103201

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 Branding pada UMKM Telur Asin Ibu Iyam di Kecamatan Cibiru Bandung**” 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 resiko/sanksi apabila di kemudian hari ditemukan adanya pelanggaran etika keilmuan atau ada klaim dari pihak lain terhadap keaslian karya saya ini.

Bandung, 15 Juli 2022

Yang membuat pernyataan



Febyana Chitta

NIM. 1807688

UCAPAN TERIMA KASIH

Bismillahirrahmaanirrahim, dengan memanjatkan puji dan syukur kehadirat Allah SWT berkat rahmat dan karunia-Nya, sehingga peneliti dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “**Perancangan Identitas *Branding* pada UMKM Telur Asin Ibu Iyam di Kecamatan Cibiru Kota Bandung**”. Skripsi ini disusun sebagai salah satu syarat untuk mendapatkan gelar sarjana pada program Pendidikan Multimedia, Universitas Pendidikan Indonesia, Kampus Daerah Cibiru.

Penulisan skripsi ini tidak terlepas dari dukungan, bimbingan dan bantuan dari berbagai pihak, baik secara langsung maupun tidak langsung. Oleh sebab itu, selain mengucapkan rasa syukur kepada Allah SWT, penulis menyampaikan ucapan terima kasih sebesar-besarnya kepada:

1. Ibu Dian Rinjani, S.Pd., M.Ds. selaku dosen pembimbing I yang telah bersedia meluangkan waktunya untuk memberikan bimbingan, saran dan motivasi sehingga peneliti dapat menyelesaikan skripsi ini.
2. Ibu Maya Purnama Sari, S.Pd., M.Ds. selaku dosen pembimbing II yang telah bersedia meluangkan waktunya untuk memberikan bimbingan, saran dan motivasi sehingga peneliti dapat menyelesaikan skripsi ini.
3. Ibu Ayung Candra Padmasari, S.Pd., M.T. selaku ketua program studi S-1 Pendidikan multimedia yang telah membimbing peneliti selama menjadi mahasiswa di kampus ini.
4. Ibu Iyam Mariyam, selaku narasumber yang telah bersedia meluangkan waktunya untuk memberikan informasi terkait penelitian ini.
5. Orang tua peneliti, yaitu Bapak Andi Supriadi dan Ibu Meidasari yang sama-sama sedang bekerja, kakak kandung peneliti Rizky Oka Amelia, serta seluruh keluarga besar yang ada di Bogor, Kuningan, dan Medan yang selalu memberikan do'a, kasih sayang, dan dukungan dalam bentuk do'a.
6. Teman-teman seperjuangan, Rifa Hanifa Mardhiyah, Eva Afifa, Syifa Shobariyah, Nurul Khofifah.A, Putri Nur Candra, Wineu Siti Rachmawati, dan

rekan-rekan mahasiswa prodi Pendidikan Multimedia Universitas Pendidikan Indonesia Kampus Daerah Cibiru yang selalu membantu peneliti selama perkuliahan dan memberikan dukungan satu sama lain.

7. Rekan-rekan peneliti yang telah memberikan dukungan dan motivasi satu sama lain saat proses pembuatan skripsi.
8. Semua pihak yang tidak bisa disebutkan satu-persatu.

Semoga Allah SWT memberikan kemudahan, senantiasa menjaga, dan membalas semua kebaikan yang telah diberikan.

Peneliti menyadari bahwa dalam penelitian skripsi ini masih jauh dari kata sempurna. Oleh karena itu, dengan kerendahan hati dan keikhlasan, peneliti sangat menerima kritik dan saran yang membangun untuk memperkuat penelitian ini di masa yang akan datang. Peneliti juga mengucapkan terima kasih kepada semua pihak yang selama ini membantu dalam penyusunan skripsi ini. Akhir kata, peneliti berharap semoga skripsi ini dapat bermanfaat baik bagi peneliti maupun pembaca.

Bandung, 15 Juli 2022

Peneliti



Febyana Chitta

NIM. 1807688

PERANCANGAN IDENTITAS *BRANDING* PADA UMKM TELUR ASIN IBU IYAM DI KECAMATAN CIBIRU BANDUNG

Febyana Chitta

NIM. 1807688

ABSTRAK

UMKM Telur Asin Ibu Iyam merupakan salah satu bisnis rumahan yang bergerak pada bidang kuliner khususnya pada penjualan telur itik. Berdasarkan dari hasil pengamatan awal yang dilakukan oleh peneliti berupa observasi dan wawancara kepada pemilik usaha Telur Asin yaitu Ibu Iyam, bahwa selama berkembangnya usaha Telur Asin Ibu Iyam ini belum memiliki identitas *brand* yang terkonsep. Oleh karena itu perlu dilakukan perancangan identitas *branding* pada UMKM Telur Asin Ibu Iyam yang memrepresentasikan merek Telur Asin Ibu Iyam sebagai strategi perusahaan untuk mengenalkan eksistensi produknya kepada masyarakat khususnya target audiens. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif deskriptif serta model perancangan yang digunakan mengacu pada model perancangan Drs. Sadjiman Ebdy Sanyoto yang bersifat prosedural. Teknik pengumpulan data dilakukan dengan observasi, wawancara, dokumentasi, dan studi pustaka. Teknik analisis data yang digunakan adalah analisis interaktif model *Miles* dan Huberman dan analisis SWOT. Penelitian ini menghasilkan rancangan identitas *branding* dan pengaplikasiannya pada berbagai media yang meliputi media utama dan media pendukung seperti, kemasan produk, *sign system* atau papan nama, menu, *banner*, cap stempel, stiker, kartu nama, kartu ucapan, dan *marketplace* berupa Shopee. Berdasarkan hal tersebut, dapat disimpulkan bahwa dalam perancangan identitas *branding* tersebut didasarkan dari kajian data yang meliputi visi misi, karakter konsumen, dan penempatan merek UMKM Telur Asin Ibu Iyam sehingga membentuk unsur visual yang digunakan sebagai dasar dari perancangan identitas *branding* yaitu diantaranya, ilustrasi, warna, tipografi, dan visual *brainstorming*. Hasil dari visualisasi unsur visual tersebut didapatkan logo yang dirancang secara sederhana dan mewakili identitas perusahaan Telur Asin Ibu Iyam. Sebagai implementasi dari identitas *brand*, maka identitas *brand* tersebut diaplikasikan pada berbagai media komunikasi pemasaran.

Kata Kunci: UMKM, *Branding*, Media Promosi.

**PERANCANGAN IDENTITAS *BRANDING* PADA UMKM TELUR ASIN IBU
IYAM DI KECAMATAN CIBIRU BANDUNG**

Febyana Chitta

NIM. 1807688

ABSTRACT

Ms. Iyam's Salted Eggs MSME is one of the home businesses engaged in the culinary sector, especially in the sale of duck eggs. Based on the results of preliminary observations made by researchers in the form of observations and interviews with the owner of the Salted Egg business, namely Mrs. Iyam, that during the development of the Salted Egg business, Mrs. Iyam did not have a conceptualized brand identity. Therefore, it is necessary to design a branding identity for Ms. Iyam's Salted Egg MSMEs, which represents the Salted Egg brand, Mrs. Iyam, as a company strategy to introduce the existence of its products to the public, especially the target audience. This study used a descriptive qualitative method and the design model used referred to the design model of Drs. Sadjiman Ebdi Sanyoto which is procedural. Data collection techniques are carried out by observation, interviews, documentation, and literature studies. The data analysis techniques used are interactive analysis of Miles and Huberman models and SWOT analysis. This research resulted in the design of branding identity and its application in various media which include main media and supporting media such as, product packaging, sign systems or signage, menus, banners, stamp stamps, stickers, business cards, greeting cards, and marketplaces in the form of Shopee. Based on this, it can be concluded that the design of the branding identity is based on a data study that includes the vision and mission, consumer character, and the placement of the MsME brand of Mrs. Iyam's Salted Egg SO as to form visual elements that are used as the basis for branding identity design, including illustrations, colors, typography, and visual brainstorming. The result of the visualization of these visual elements obtained a logo that was designed simply and represented the corporate identity of Mrs. Iyam's Salted Eggs. As an implementation of brand identity, the brand identity is applied to various marketing communication media.

Keywords: MSMEs, Branding, Promotional Media.

DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN	i
LEMBAR PERNYATAAN	ii
UCAPAN TERIMA KASIH.....	iii
ABSTRAK	v
<i>ABSTRACT</i>	vi
DAFTAR ISI.....	vii
DAFTAR TABEL.....	x
DAFTAR GAMBAR	xi
DAFTAR LAMPIRAN.....	xiii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Penelitian	1
1.2 Rumusan Masalah Penelitian	6
1.3 Tujuan Penelitian	6
1.4 Manfaat Penelitian	6
1.4.1 Manfaat Teoritis	7
1.4.2 Manfaat Praktis	7
1.5 Struktur Organisasi Skripsi	7
BAB II KAJIAN PUSTAKA	9
2.1 <i>Branding</i>	9
2.1.1 Pengertian <i>Branding</i>	9
2.1.2 Aspek-aspek <i>Branding</i>	10
2.1.3 Pengertian <i>Brand</i> (Merek).....	17
2.1.4 Pengertian <i>Brand Identity</i> (Identitas Merek).....	18
2.1.5 Pengertian <i>Brand Image</i> (Citra Merek)	19
2.1.6 Pengertian <i>Brand Awareness</i> (Kesadaran Merek)	21
2.2 Desain Grafis.....	22
2.2.1 Pengertian Desain Grafis.....	22
2.2.2 Elemen-elemen dalam Desain Grafis.....	23
2.2.3 Prinsip Desain Grafis	27

2.3	Media Promosi	29
2.3.1	Pengertian Media	29
2.3.2	Pengertian Promosi	29
2.3.3	Pengertian Media Promosi	30
2.3.4	Jenis-Jenis Media Promosi.....	30
2.4	Profil UMKM Telur Asin Ibu Iyam	32
2.4.1	Identitas UMKM Telur Asin Ibu Iyam	35
2.4.2	Data Pengusaha	35
2.4.3	Visi Misi Perusahaan	36
BAB III METODE PENELITIAN.....		37
3.1	Desain Penelitian.....	37
3.1.1	Identifikasi.....	38
3.1.2	Latar Belakang	39
3.1.3	Observasi dan Wawancara	39
3.1.4	Analisis.....	39
3.1.5	Konsep Perancangan	39
3.1.6	Perencanaan Media	39
3.1.7	Perencanaan Kreatif	40
3.1.8	Visualisasi Desain	40
3.1.9	Desain Final	40
3.2	Pengumpulan Data	41
3.2.1	Observasi (Observation).....	41
3.2.2	Wawancara (Interview).....	42
3.2.3	Dokumentasi	43
3.2.4	Studi Pustaka.....	44
3.3	Partisipan dan Tempat Penelitian.....	44
3.3.1	Partisipan Penelitian.....	44
3.3.2	Tempat Penelitian.....	45
3.4	Analisis Data	45
3.4.1	Analisis Interaktif.....	45
3.4.2	Analisis SWOT	47

BAB IV TEMUAN DAN PEMBAHASAN.....	48
4.1 Analisis Data.....	48
4.1.1 Khalayak Sasaran.....	48
4.1.2 Hasil Analisis SWOT.....	49
4.2 Konsep Perancangan.....	52
4.2.1 Perencanaan Media.....	52
4.2.2 Perencanaan Kreatif.....	58
4.3 Visualisasi Desain.....	62
4.3.1 Proses Perancangan Logo.....	62
4.3.2 Aplikasi Identitas <i>Brand</i> pada Kemasan Produk.....	68
4.3.3 Aplikasi Identitas <i>Brand</i> pada Media Promosi.....	73
BAB V SIMPULAN, IMPLIKASI, DAN REKOMENDASI.....	83
5.1 Simpulan.....	83
5.2 Implikasi.....	84
5.3 Rekomendasi.....	84
DAFTAR PUSTAKA.....	86
LAMPIRAN.....	89

DAFTAR TABEL

Tabel 3. 1 Data Partisipan	45
Tabel 4. 1 Rancangan net kemasan produk.....	54
Tabel 4. 2 Prediksi Biaya Media	57
Tabel 4. 3 Hasil Visualisasi Desain Kemasan.....	69

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2. 1 Jenis-jenis Logo: <i>Name Only Logo</i>	11
Gambar 2. 2 Jenis-jenis Logo: <i>Name/Symbol</i>	11
Gambar 2. 3 Jenis-jenis Logo: <i>Initial Letter</i>	12
Gambar 2. 4 Jenis-jenis Logo: <i>Pictorial Name Logo</i>	12
Gambar 2. 5 Jenis-jenis Logo: <i>Associative Logo</i>	13
Gambar 2. 6 Jenis-jenis Logo: <i>Allusive Logo</i>	13
Gambar 2. 7 Jenis-jenis Logo: <i>Abstrack Logo</i>	14
Gambar 2. 8 Jenis Font Serif.....	14
Gambar 2. 9 Jenis Font Sans-Serif.....	15
Gambar 2. 10 Jenis Font Script.....	15
Gambar 2. 11 Jenis Font Display/Decorative	15
Gambar 2. 12 Piramida Brand Awareness	21
Gambar 2. 13 Elemen Desain Grafis: Garis.....	24
Gambar 2. 14 Elemen Desain Grafis: Bentuk.....	24
Gambar 2. 15 Elemen Desain Grafis: Warna.....	25
Gambar 2. 16 Elemen Desain Grafis: Tesktur	26
Gambar 2. 17 Elemen Desain Grafis: Ruang	27
Gambar 2. 18 Lokasi UMKM Telur Asin Ibu Iyam	34
Gambar 2. 19 Tanda Pengenal Telur Asin Ibu Iyam	35
Gambar 3. 1 Model Perancangan identitas branding yang telah dimodifikasi	38
Gambar 3. 2 Produk Telur Asin Ibu Iyam.....	42
Gambar 3. 3 Wawancara dengan Ibu Iyam selaku Pemilik Telur Asin	43
Gambar 4. 1 Sketsa kasar untuk ilustrasi UMKM Telur Asin Ibu Iyam.....	59
Gambar 4. 2 Sketsa digital untuk ilustrasi UMKM Telur Asin Ibu Iyam.....	59
Gambar 4. 3 Warna untuk identitas branding UMKM Telur Asin Ibu Iyam.....	60
Gambar 4. 4 Huruf <i>Mabook</i>	60
Gambar 4. 5 Huruf <i>Bahnschrift</i>	61
Gambar 4. 6 Visual Brainstroming	62

Gambar 4. 7 Hasil Sketsa Kasar Logo Telur Asin Ibu Iyam	62
Gambar 4. 8 Sketsa Logo Terpilih	63
Gambar 4. 9 Proses Digitalisasi Logo.....	64
Gambar 4. 10 Golden Ratio pada Logogram Telur Asin Ibu Iyam	64
Gambar 4. 11 Hasil Digitalisasi Logo.....	65
Gambar 4. 12 Final Logo UMKM Telur Asin Ibu Iyam.....	65
Gambar 4. 13 Logogram UMKM Telur Asin Ibu Iyam.....	66
Gambar 4. 14 Logotype UMKM Telur Asin Ibu Iyam.....	66
Gambar 4. 15 Tipografi untuk Identitas Brand UMKM Telur Asin Ibu Iyam	67
Gambar 4. 16 Warna Dasar untuk Identitas Brand UMKM Telur Asin Ibu Iyam.....	68
Gambar 4. 17 Prototype Desain 1 Kemasan Telur Asin	71
Gambar 4. 18 Prototype Desain 2 Kemasan Telur Asin	71
Gambar 4. 19 Prototype Desain 3 Kemasan Telur Asin	71
Gambar 4. 20 Prototype Desain 2 Kemasan Telur Asin	72
Gambar 4. 21 Prototype Desain 3 Kemasan Telur Asin	72
Gambar 4. 22 Mockup Sign System UMKM Telur Asin Ibu Iyam.....	73
Gambar 4. 23 Desain Banner untuk UMKM Telur Asin Ibu Iyam	74
Gambar 4. 24 Desain Menu untuk UMKM Telur Asin Ibu Iyam.....	75
Gambar 4. 25 Desain Sticker untuk UMKM Telur Asin Ibu Iyam.....	76
Gambar 4. 26 Mockup Sticker UMKM Telur Asin Ibu Iyam	76
Gambar 4. 27 Mockup Cap Stempel UMKM Telur Asin Ibu Iyam	77
Gambar 4. 28 Mockup Cap Stempel pada Nota/Bon.....	77
Gambar 4. 29 Desain Kartu Nama untuk UMKM Telur Asin Ibu Iyam	78
Gambar 4. 30 Mockup Kartu Nama UMKM Telur Asin Ibu Iyam	79
Gambar 4. 31 Desain Kartu Ucapan untuk UMKM Telur Asin Ibu Iyam.....	80
Gambar 4. 32 Mockup Kartu Ucapan UMKM Telur Asin Ibu Iyam.....	80
Gambar 4. 33 Desain Marketplace Shopee	81
Gambar 4. 34 Hasil implementasi desain branding pada marketplace shopee	82

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Surat Pengangkatan Dosen Pembimbing.....	90
Lampiran 2 Surat Permohonan Ijin Penelitian	91
Lampiran 3 Jumlah UMKM di Indonesia Tahun 2015-2019.....	92
Lampiran 4 Jumlah UMKM di Kota Bandung Tahun 2016-2021	93
Lampiran 5 Lembar Hasil Wawancara Tahap Awal.....	94
Lampiran 6 Analisis Reduksi Data	99
Lampiran 7 Lembar Wawancara Hasil Desain Prototipe Kemasan.....	102
Lampiran 8 Analisis Reduksi Data	105
Lampiran 9 Dokumentasi Hasil Wawancara mengenai Pemilihan Desain Kemasan	108

DAFTAR PUSTAKA

- Adiel, A. (2016). Perancangan Branding Fashion Label Affairs. *In Tugas Akhir Institut Teknologi Sepuluh Nopember*.
- Adynata, Y. (2020). Perancangan Identitas Visual PT Wijaya Multi Konstruksi Sebagai Upaya Meningkatkan Brand Recognition. Skripsi. Yogyakarta: Universitas Dinamika.
- AECT. (1977). *The Definition of Educational Technology*. Association for Educational Communications and Technology.
- Aprinta, G. (2016). Pemanfaatan Facebook Ads Untuk meningkatkan Brand Awareness pada Produk Lokal. *Jurnal The Messenger*, 8(1), 68.
- Ariani, D. I. (2021). Nama-nama Daerah di Nagari Sumpur Kudus Kecamatan Sumpur Kabupaten Sijunjung : *Tinjauan Antropolinguistik*. Skripsi. Padang: Universitas Andalas.
- Bara, A. P. (2017). Perancangan Brand Identity Home Spa Laksmi Sebagai Upaya Meningkatkan Brand Awareness. Skripsi: STIKOM Surabaya.
- Chairiza Hadi, D. (2018). Strategi pengembangan usaha mikro kecil dan menengah berbasis ekonomi kreatif di yogyakarta (studi kasus hadi sukirno Leather Work and Handcraft). 2017.
- Cristanti, P. A. (2018). Analisis Pengaruh Brand Image, Kualitas Pelayanan Dan Label Produk Terhadap Keputusan Pembelian Kosmetik Wardah Outlet Gardena Yogyakarta. Skripsi: Universitas Mercu Buana Yogyakarta.
- Diem, D. A. R. (2018). *Analisis Strategi Desain Produk Dan Jasa (Studi Kasus: Pt. SSK)*. 7–12.
- Diniarum, F. (2019). Strategi Branding PT. Berkah Catering Nusantara di Sidoarjo. Skripsi. Surabaya: Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya.
- Fatimah, N. S., Anisa, S. N., & Hartini, S. (2019). Strategi Pemasaran Digital Dalam Upaya Memasarkan Produk Umkm Boyolali Melalui Pemanfaatan Media. *Jurnal Ekonomi, Sosial, Dan Humaniora*, 01(05), 101–110.
- Ginting, A. P., Hubeis, M., & Fahma, F. (2019). Strategi Pengembangan UMKM Pangan Berdaya Saing di Kota Bandung. *MANAJEMEN IKM: Jurnal Manajemen Pengembangan Industri Kecil Menengah*, 14(1), 1–7.
- Gunawan, I. (2013). *Metode Penelitian Kualitatif*. Jakarta: Bumi Aksara, 143.
- Harahap, S. (2020). (*Studi Kasus : Industri Rumah Tangga Cap Kelinci Di Tanjung Morawa* SKRIPSI OLEH: SUPRIADI HARAHAP PROGRAM STUDI AGRIBISNIS FAKULTAS PERTANIAN UNIVERSITAS MEDAN AREA MEDAN

(*Studi Kasus : Industri Rumah Tangga Cap Kelinci Di Tanjung Morawa Kabupaten Deli*). Skripsi: Universitas Medan Area.

- Kemenkeu. (2021). Pemerintah Terus Memperkuat UMKM Melalui Berbagai Bentuk Bantuan. <https://www.kemenkeu.go.id/publikasi/berita/pemerintah-terus-perkuat-umkm-melalui-berbagai-bentuk-bantuan/>
- Khasanah, N. A., & Sugiati, M. A. (2016). Strategi Desain Call Jack Dan Implementasinya Pada Media Visual Design Strategy And Visual Media Implementation For Call Jack. *E-Proceeding of Art & Design, Vol 3(3)*, 523–530.
- Kominfo. (2016). Menkominfo: Pemerintah Fokus Kembangkan UMKM. https://kominfo.go.id/content/detail/8352/menkominfo-pemerintah-fokus-kembangkan-umkm/0/berita_satker
- KUMALASARI, P. (2013). Analisis Pengaruh Brand Awareness Dan Brand Image Terhadap Brand Equity Dan Dampaknya Pada Minat Beli Konsumen (Studi Kasus Product Placement Mie Instan Indomie Di Dalam Film 5 Cm). 28.
- Kusumastuti, Adhi; Khoiron, A. . (2019). *Metode Penelitian Kualitatif*. LEMBAGA PENDIDIKAN SUKARNO PRESSINDO (LPSP).
- 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*.
- Miftahurrahmat, A. (2013). Penerapan Prinsip Desain Dalam Elemen Grafis Pada Ilustrasi Gambar Berita Utama Surat Kabar Tribun Jambi Skripsi. *Jurnal Ilmu Komunikasi*, 9.
- Musay, F. P. (2013). Pengaruh Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian (Survei Pada Konsumen KFC Kawi Malang).
- Nilamsari, N. (2014). Memahami Studi Dokumen Dalam Penelitian Kualitatif. *Wacana*, 13(2), 177–181.
- Nofiana, M., & Utami, R. F. (2019). Pengaruh Strategi Branding Terhadap Peningkatan Omset Penjualan Siomay Di Desa Karangcegak-Kecamatan Sumbang. *Prosiding Seminar Nasional LPPM UMP, IV*, 437–444.
- Nugraha, H.S.; Ariyanti, F. D. (2017). Penerapan Branding Pada Ukm Makanan Ringan Di Kabupaten Jepara. *Jurnal Administrasi Bisnis*, 6(1), 16–23.
- Putra, S. J., & Hartini, Y. (2021). Perancangan Branding UMKM Mr & Mrs Cake Shop Lombok. *12(2)*, 297–304.
- Putri, R. D. I. (2019). Brand Identity Exsport Bag Dalam Iklan Versi Back To Campus With Exsport: analisis semiotika model Roland Barthes.
- Rachmawati, R., & Sawitri, S. (2015). Implementasi Strategi Branding Usaha Batik

- Loyalitas Konsumen Pada Umkm Batik Pekalongan Jawa Tengah. *Teknobuga*, 2(1), 19–40.
- Sanyoto, Drs.Sadjiman Ebd.2006. *Metode Perancangan Komunikasi Visual*. Yogyakarta: Dimensi Press.
- Samudra, S. M. (2020). *Perancangan Corporate Identity Macaron Amore Untuk Meningkatkan Daya Jual Perancangan Corporate Identity Macaron*.
- Saputra, Endang. 2019. Bandung Jadi Salah Satu Barometer Industri Kreatif di Asia Tenggara. <https://bandung.merdeka.com/halo-bandung/read/165704/bandung-jadi-salah-satu-barometer-industri-kreatif-di-asia-tenggara-1905020>
- Santoso, A., & Istizar, M. (2020). Penguatan Pemahaman Strategi Branding melalui Pendampingan Daring bagi Anggota Asosisasi Pusat Pengembangan Sumberdaya Wanita.
- Setiawan, A. (2017). Perancangan Website Sebagai Media Promosi Brand Rolarala. 153.
- Shidiq, U., & Choiri, M. (2019). Metode Penelitian Kualitatif di Bidang Pendidikan. In *Journal of Chemical Information and Modeling* (Vol. 53, Issue 9).
- Sugiyono. 2020. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: ALFABETA.
- Suratman, D. (2017). *Fotografi Sebagai Media Komunikasi Antar Persona dengan Pendekatan Nilai Keislaman (Pada Usia 18-25 Tahun Dalam Aplikasi Instagram)*. Skripsi. Bandung: Universitas Pasundan.
- Wibisono, D. (2018). *Perancangan Identitas Visual dan Aplikasinya Pada Media Promosi Usaha Kerajinan dan Aksesori Tali Sepatu Greenapple Kebumen*. Skripsi. Semarang: Universitas Negeri Semarang.
- Widya, L. A. D., & Darmawan, A. J. (2016). *Bahan Ajar Kursus dan Pelatihan Desain Grafis*. In *Pengantar Desain Grafis* (Issue 1).
- Wu, B. W. (2014). *Perancangan Buku Ilustrasi Anak Tentang Menjaga Kesehatan Mata*. Skripsi. Tangerang: Universitas Multimedia Nusantara.
- Zakiyuddin, R. (2017). *Analisis Faktor-faktor yang Mempengaruhi Permintaan Industri Kreatif di Kota Bandung*. Skripsi. Bandung: Universitas Pendidikan Indonesia.