

028/S/PM.KCBR/PK.03.08/08/AGUSTUS/2022

**REDESIGN IDENTITAS VISUAL PRODUK UMKM 'BB YOGHURT'  
SEBAGAI UPAYA MEMPERKUAT *BRAND IDENTITY***

**SKRIPSI**

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



oleh:

Hasnan Abdul Hakim

NIM 1807406

**PROGRAM STUDI PENDIDIKAN MULTIMEDIA**

**KAMPUS UPI DI CIBIRU**

**UNIVERSITAS PENDIDIKAN INDONESIA**

**2022**

Hasnan Abdul Hakim, 2022

**REDESIGN IDENTITAS VISUAL PRODUK UMKM 'BB YOGHURT' SEBAGAI UPAYA MEMPERKUAT  
BRAND IDENTITY**

Universitas Pendidikan Indonesia | [respository.upi.edu](https://respository.upi.edu) | [perpustakaan.upi.edu](https://perpustakaan.upi.edu)

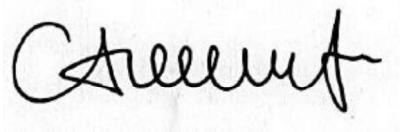
**LEMBAR PENGESAHAN**

**HASNAN ABDUL HAKIM**

***REDESIGN IDENTITAS VISUAL PRODUK UMKM ‘BB YOGHURT’  
SEBAGAI UPAYA MEMPERKUAT BRAND IDENTITY***

disetujui dan disahkan oleh:

Pembimbing 1



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

**NIP. 920171219870811201**

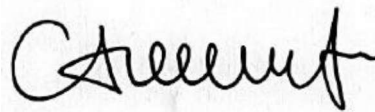
Pembimbing 2



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

**NIP. 920171219900606201**

Ketua Program Studi S-1 Pendidikan Multimedia



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

**NIP. 920171219870811201**

**LEMBAR HAK CIPTA**

***REDESIGN IDENTITAS VISUAL PRODUK UMKM 'BB YOGHURT'  
BANDUNG BARAT SEBAGAI UPAYA MEMPERKUAT BRAND  
IDENTITY***

Oleh  
Hasnan Abdul Hakim

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

©Hasnan Abdul Hakim 2022  
Universitas Pendidikan Indonesia  
Agustus 2022

Hak cipta dilindungi undang-undang  
Skripsi ini tidak boleh diperbanyak seluruhnya atau sebagian, dengan dicetak  
ulang, difotokopi, atau cara lainnya tanpa izin penulis.

## PERNYATAAN

Dengan ini saya menyatakan bahwa skripsi dengan judul “*Redesign Identitas Visual Produk UMKM ‘BB Yoghurt’ Sebagai Upaya Memperkuat Brand Identity*” 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, Agustus 2022

Yang Membuat Pernyataan,

Hasnan Abdul Hakim

NIM. 1807406

**REDESIGN IDENTITAS VISUAL PRODUK UMKM ‘BB YOGHURT’ SEBAGAI  
UPAYA MEMPERKUAT *BRAND IDENTITY***

**HASNAN ABDUL HAKIM**

**NIM. 1807406**

**ABSTRAK**

*Redesign* identitas visual merupakan suatu upaya yang dilakukan dengan tujuan merubah total ataupun memperbaharui sebuah identitas merek yang telah ada tanpa mengabaikan tujuan utama melalui media komunikasi visual. Perancangan ulang identitas visual bagi produk UMKM “BB Yoghurt” bertujuan untuk mendorong terciptanya citra identitas yang baru dengan upaya memperkuat *brand identity*. Adapun metode yang digunakan dalam proses pelaksanaan *redesign* identitas visual tersebut, 5 tahapan sebagai pendekatan dalam *design thinking* tersebut yaitu *Empathize, Define, Ideate, Prototype, dan Test*. Hasil yang dicapai dari penelitian ini antara lain adalah proses *perancangan ulang* identitas visual produk dari usaha BB Yoghurt. Inti dari permasalahan yang ditemukan yakni terkait bagaimana dirancang kembalinya identitas visual dengan upaya untuk mendorong terciptanya citra baru dari perusahaan UMKM tersebut. Permasalahan yang dikaji yang merupakan dasar dari dilakukannya penelitian ini antara lain adalah bagaimana proses *perancangan ulang* identitas visual dari produk UMKM BB Yoghurt. Teknik pengambilan data dilakukan dengan tahap studi literatur, wawancara, validasi media, dan kuesioner terhadap 30 konsumen UMKM “BB Yoghurt” sebagai sampel penelitian. Hasil dari penelitian ditemukan bahwa dengan dilakukannya *perancangan ulang* identitas visual produk usaha tersebut dapat memperkuat identitas merek usaha yang mana dapat memberikan dampak dalam memperoleh ketertarikan konsumen yang dinilai dari variabel-variabel identitas visual dan desain stiker kemasan pada merek usaha yang merupakan data inti dari penelitian ini.

Kata Kunci: *Redesign, Identitas Visual, Brand Identity, UMKM, Visual Branding*

**REDESIGN OF 'BB YOGHURT' SMALL ENTERPRISE PRODUCT VISUAL  
IDENTITY AS A BRAND IDENTITY REINFORCEMENT EFFORT**

**HASNAN ABDUL HAKIM  
NIM. 1807406**

**ABSTRACT**

*Redesigning a visual identity is an effort made with the aim of completely changing or renewing an existing brand identity without the main purpose through visual communication. The redesign of the identity for the small enterprise product "BB Yoghurt" aims to encourage the creation of a new identity image by strengthening brand identity. As for the method used in the process of implementing the redesign of the visual identity, there are 5 stages as an approach to design thinking, namely Empathize, Define, Ideate, Prototype, and Test. The results achieved from this research include the process of redesigning the product identity of the BB Yoghurt business. The essence of the problem found is how to design the return of visual identity with an effort to encourage the creation of a new image of the small enterprise. The problem studied which is the basis of this research, among others, is how the process of redesigning the visual identity of the small enterprise BB Yoghurt product. The data collection technique was carried out by means of a literature study, interviews, media validation, and questionnaires to 30 consumers of "BB Yoghurt" as research samples. From the research, it was found that by redesigning the product identity, it can strengthen the business brand identity which can have an impact in gaining consumer interest which is assessed from the brand identity and packaging sticker design variables which are the core data of this study.*

*Keywords: Redesign, Visual Identity, Brand Identity, Small Enterprise, Visual Branding*

## KATA PENGANTAR

Puji syukur atas segala rahmat dan hidayah Allah SWT hingga akhirnya skripsi ini dapat diselesaikan tepat waktu. Seluruh berkat limpahan karuniaNya hingga saat ini, akhirnya penulis dapat menyelesaikan tugas skripsi yang berjudul **"Redesign Identitas Visual Produk UMKM 'BB Yoghurt' Sebagai Upaya Memperkuat *Brand Identity*"** untuk memenuhi persyaratan mendapat gelar sarjana pendidikan.

Tak lupa juga saya sebagai penulis mengucapkan rasa terima kasih seluruh rekan dan pihak yang telah mendukung dan membantu dalam penulisan skripsi ini sehingga skripsi ini dapat terselesaikan dengan baik. Dengan segala kerendahan hati, penulis ucapkan pula terima kasih sebanyak-banyaknya.

Penulis menyadari bahwa dalam penulisan karya tulis ini masih jauh dari kata sempurna. Oleh sebab itu, penulis mengucapkan permohonan maaf apabila terdapat kesalahan atau kekeliruan yang terdapat di dalam penulisan skripsi ini. Dengan senang hati, penulis akan menerima kritik dan saran yang membangun dari para pembaca. Semoga karya tulis yang penulis buat dapat bermanfaat bagi semua pihak.

Bandung, Agustus 2022

Penulis

## UCAPAN TERIMA KASIH

Puji syukur penulis panjatkan puji dan syukur kehadirat Allah SWT karena atas nikmat karunia, kesehatan, dan berkahnya penulis dapat menyelesaikan skripsi ini. Sholawat dan salam akan selalu tercurah limpahkan kepada Nabi Muhammad SAW, tak lupa kepada keluarganya, sahabatnya, *tabi'in* dan *tabi'at* dan sampai kita selaku umatnya yang senantiasa mengikuti ajarannya sampai akhir.

Penulis merasakan sangat bersyukur dan berterima kasih kepada kedua orang tua, adik dan keluarga lainnya karena berkat do'a, dukungan dan kepercayaan dari seluruh pihak keluarga terutama kedua orang tua penulis dapat menyelesaikan skripsi ini. Penulis juga menyadari bahwa skripsi ini selesai karena adanya dukungan dan bantuan dari berbagai pihak, untuk itu dalam kesempatan ini penulis juga ingin menyampaikan rasa terima kasih kepada:

1. Bapak Fahmi Candra Permana, S.Si., M.T., selaku dosen sekaligus ketua program studi yang menjabat pada periode 2018-2022 yang telah membimbing dan memberikan ilmu yang bermanfaat selama masa perkuliahan.
2. Ibu Ayung Candra Padmasari, S.Pd., M.T., selaku dosen pembimbing pertama sekaligus ketua program studi yang baru yang tanpa lelah membimbing penulis selama penyusunan skripsi ini.
3. Ibu Intan Permata Sari, S.ST., M.Ds., selaku dosen pembimbing kedua yang telah membimbing penulis serta memberikan saran yang sangat berguna selama penyusunan skripsi ini.
4. Jajaran pimpinan, dosen-dosen, serta seluruh staf UPI Kampus Cibiru atas kesempatan dan bantuan yang diberikan kepada penulis dalam melakukan penelitian dan memperoleh informasi yang diperlukan selama proses penulisan skripsi ini.
5. Seluruh anggota keluarga yang telah memberikan doa, dorongan dan semangat selama perkuliahan serta penyusunan skripsi ini.



6. Rekan-rekan Autumnal Studios, yang telah menjadi lingkaran pertemanan yang selalu mendengarkan, berbagi cerita, dan keluh kesah terkait berbagai hal dalam kehidupan penulis.
7. Teman-teman angkatan 2018 program studi Pendidikan Multimedia yang telah bersama melewati banyak hal serta tantangan selama masa perkuliahan.
8. Nadya Zafhira Herlambang sebagai teman berbagi cerita yang baik dan selalu memberikan banyak pelajaran dalam kehidupan sehari-hari penulis.
9. Alya Fauziyyah sebagai kakak yang sangat baik dan selalu memberikan pengalaman, pelajaran, dan dukungan yang berharga bagi kehidupan penulis.
10. Fakhira Hulwa dan Nindya Syafira sebagai mentor yang telah memberikan penulis banyak ilmu dan pengalaman yang luar biasa mengenai *visual design* selama mengikuti program Studi Independen Bersertifikat di MyEduSolve.
11. Para pemilik UMKM BB Yoghurt yang telah memberikan kesempatan serta bantuan kepada penulis dalam melakukan penelitian sehingga skripsi ini dapat diselesaikan dengan baik.
12. Teman-teman in de kost Pondok GUSGAS 2 yang selalu menjadi teman-teman dekat penulis selama berkuliah dan menjalani aktivitas sehari-hari.
13. Seluruh pihak yang tidak dapat disebutkan satu persatu yang telah membantu dalam berbagai macam hal dalam kehidupan penulis.

## DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN .....	i
LEMBAR HAK CIPTA .....	ii
PERNYATAAN.....	iii
ABSTRAK.....	iv
ABSTRACT.....	v
KATA PENGANTAR .....	vi
UCAPAN TERIMA KASIH.....	vii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR GAMBAR .....	xi
DAFTAR TABEL.....	xiii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xiv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang .....	1
1.2 Identifikasi Masalah .....	4
1.3 Rumusan Masalah Penelitian .....	5
1.4 Tujuan Penelitian .....	5
1.5 Manfaat Penelitian .....	5
1.6 Struktur Organisasi Skripsi .....	6
BAB II KAJIAN PUSTAKA.....	8
2.1 Desain Komunikasi Visual.....	8
2.2 <i>Brand</i> .....	14
2.3 <i>Redesign</i> .....	18
2.4 Identitas Visual.....	19
2.5 <i>Brand Identity</i> .....	32
2.6 <i>Visual Branding</i> .....	34
2.7 Pendekatan <i>Design Thinking</i> .....	35
BAB III METODE PENELITIAN.....	40
3.1 Tahapan Penelitian .....	40

3.2 Metode Pengumpulan Data .....	43
3.3 Uji Validasi .....	46
3.4 Populasi .....	47
3.5 Sampel.....	47
3.6 Teknik Pengolahan Data .....	48
BAB IV PEMBAHASAN.....	50
4.1 Profil Usaha BB Yoghurt.....	50
4.2 Riset dan Analisis Kebutuhan .....	52
4.3 Hasil & Pengujian .....	58
4.4 Analisis Data .....	85
BAB V KESIMPULAN.....	90
5.1 Kesimpulan .....	90
5.2 Saran.....	91
DAFTAR PUSTAKA .....	92
LAMPIRAN.....	96

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1. Contoh Logo Berupa Nama .....	21
Gambar 2.2. Contoh Logo Kombinasi Nama & Gambar.....	21
Gambar 2.3. Contoh Logo Singkatan Nama.....	22
Gambar 2.4 Contoh Logo Dengan Visual Khusus.....	22
Gambar 2.5. Contoh Logo Asosiatif .....	23
Gambar 2.6. Contoh Logo Berbentuk Kiasan.....	23
Gambar 2.7. Contoh Logo Abstrak .....	24
Gambar 2.8. Kerangka <i>Design Thinking</i> .....	36
Gambar 2.9. Konsep <i>Design Thinking</i> .....	37
Gambar 2.10. Tahapan Pendekatan <i>Design Thinking</i> .....	38
Gambar 3.1. Diagram Tahapan Penelitian dengan <i>Design Thinking</i> .....	41
Gambar 4.1. Produk BB Yoghurt.....	51
Gambar 4.2. Struktur Organisasi BB Yoghurt .....	52
Gambar 4.3. Logo UMKM BB Yoghurt Sebelum <i>Redesign</i> .....	54
Gambar 4.4. Tampilan Kemasan Produk BB Yoghurt Sebelum <i>Redesign</i> .....	55
Gambar 4.5. Tampilan Logo Sebelum <i>Redesign</i> .....	56
Gambar 4.6. Tampilan Stiker Pada Kemasan Sebelum <i>Redesign</i> .....	57
Gambar 4.7. <i>Mind Map Redesign</i> Identitas Visual Produk BB Yoghurt.....	62
Gambar 4.8. <i>Moodboard</i> Identitas Visual BB Yoghurt.....	63
Gambar 4.9. Hasil Sketsa Logo Yang Terpilih.....	64
Gambar 4.10. Hasil Perancangan Logo.....	65
Gambar 4.11. Sebelum dan Sesudah <i>Redesign</i> Pada Logo .....	66
Gambar 4.12. Botol Plastik Dengan Isi Bersih 210 ml.....	67
Gambar 4.13. Hasil Perancangan Stiker Varian Rasa <i>Original</i> .....	68
Gambar 4.14. Pola Aset Grafis Varian <i>Original</i> .....	68
Gambar 4.15. Hasil <i>Mockup</i> Varian Rasa <i>Original</i> .....	69
Gambar 4.16. Hasil Perancangan Stiker Varian Rasa Sirsak.....	69
Gambar 4.17. Pola Aset Grafis Varian Sirsak.....	69

Gambar 4.18. Hasil <i>Mockup</i> Varian Rasa Sirsak.....	70
Gambar 4.19. Hasil Perancangan Stiker Varian Rasa Anggur.....	70
Gambar 4.20. Pola Aset Grafis Varian Anggur .....	71
Gambar 4.21. Hasil <i>Mockup</i> Varian Rasa Anggur.....	71
Gambar 4.22. Hasil Perancangan Stiker Varian Rasa Leci.....	71
Gambar 4.23. Pola Aset Grafis Varian Leci .....	72
Gambar 4.24. Hasil <i>Mockup</i> Varian Rasa Leci.....	72
Gambar 4.25. Hasil Perancangan Stiker Varian Rasa Stroberi.....	73
Gambar 4.26. Pola Aset Grafis Varian Stroberi.....	73
Gambar 4.27. Hasil <i>Mockup</i> Varian Rasa Stroberi.....	74
Gambar 4.28. Hasil Perancangan Stiker Varian Rasa <i>Mocca</i> .....	74
Gambar 4.29. Pola Aset Grafis Varian <i>Mocca</i> .....	74
Gambar 4.30. Hasil <i>Mockup</i> Varian Rasa <i>Mocca</i> .....	75
Gambar 4.31. Hasil Perancangan Stiker Varian Rasa Lemon .....	75
Gambar 4.32. Pola Aset Grafis Varian Lemon .....	76
Gambar 4.33. Hasil <i>Mockup</i> Varian Rasa Lemon.....	76
Gambar 4.34. Makna Logo Baru BB Yoghurt.....	77
Gambar 4.35. <i>Logo Grid</i> BB Yoghurt .....	78
Gambar 4.36. Logo Hitam Putih BB Yoghurt .....	78
Gambar 4.37. Logo <i>Grayscale</i> BB Yoghurt .....	79
Gambar 4.38. <i>Minimum Clear Area</i> Logo .....	79
Gambar 4.39. Logo <i>Standard</i> BB Yoghurt.....	80
Gambar 4.40. Palet Warna Identitas Visual Produk .....	81
Gambar 4.41. <i>Typeface</i> Marker Felt Wide.....	82
Gambar 4.42. <i>Incorrect Use</i> Logo BB Yoghurt.....	82
Gambar 4.43. Penggunaan <i>Pattern</i> Identitas Produk.....	83
Gambar 4.44. <i>Mockup</i> Desain Web dan <i>Mobile</i> .....	84
Gambar 4.45. <i>Mockup</i> Pada <i>Billboard</i> .....	84

## DAFTAR TABEL

Tabel 3.1. Kuesioner Pengujian.....	45
Tabel 3.2. Instrumen Uji Validasi.....	47
Tabel 3.3. Skala Likert.....	49
Tabel 4.1. Analisis SWOT BB Yoghurt.....	53
Tabel 4.2. Hasil Studi Literatur.....	59
Tabel 4.3. Hasil <i>Design Brief</i> Dari Wawancara.....	60
Tabel 4.4. Hasil Pendefinisian Masalah.....	61
Tabel 4.5. Hasil Uji Variabel Identitas Visual.....	86
Tabel 4.6. Hasil Uji Variabel Desain Kemasan.....	88

## DAFTARLAMPIRAN

1.1 Glosarium.....	97
2.1 Hasil Uji Validasi Kepada Pemilik UMKM .....	100
3.1 Instrumen Pengujian Kepada Konsumen .....	102
4.1 Surat Pernyataan Usaha BB Yoghurt.....	104
5.1 Instrumen Pra Survey .....	105
6.1 Hasil Pra Survey.....	107
7.1 Hasil Pengujian Kepada Konsumen.....	111
8.1 Transkrip Wawancara .....	115
9.1 Data Perusahaan Pada Situs DISPERINDAG Jawa Barat.....	117

## DAFTAR PUSTAKA

- Aaker, David. (2014). *Aaker On Branding: 20 Prinsip Esensial Mengelola dan Mengembangkan Brand*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.
- Ahmad, M. (2015). *Kemenkeu Ingatkan Kepatuhan Pajak UMKM*. Diakses dari <http://www2.jawapos.com/baca/artikel/12298/KemenkeuIngatkanKepatuhanPajakUMKM>.
- Alma, Buchari. (2006). *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. Bandung: Alfabeta.
- Balmer, & Gray. (2000). *Corporate Identity and Corporate Communications: Creating a Competitive Advantage*. Industrial and Commercial Training.
- Batey. (2008). *Brand Meaning*. New York: Routledge.
- Bennet, PN. (1987). *Clinical Pharmacology. Sixth Edition*. Churchill Livingstone, Edinburgh.
- Bougie, dkk. (2013). *Research Methods for Business. In A Skill-Building Approach*. (Seventh Ed, hal. 237–266). Chichester: Wiley.
- Bromley, D.B. (2001): *Relationships Between Personal and Corporate Reputation. European Journal of Marketing*, Vol. 35, Nos. 3/4, pp. 316-334.
- Brown, Tim. (2009). *Change By Design: How Design Thinking Transforms Organizations and Inspires Innovation*. New York: HarperCollins Publishers.
- Cenadi, Christine Suharto. (1999). *Corporate Identity, Sejarah dan Aplikasinya*. Makalah Jurusan Desain Komunikasi Visual. Jakarta: Universitas Kristen Petra.
- Cutlip, dkk. (2000). *Effective Public Relations*. New Jersey: Prentice Hall.
- Dam, Rikke Friis and Teo Yu Siang (2019). *Stage 2 in the Design Thinking Process: Define the Problem and Interpret the Results*. November, 2019. In: Design Thinking.
- De Yong, Sherly. (2017). *Silabus Desain Interior & Styling 2*. Surabaya: Universitas Kristen Petra.
- Helmi. (2008). *Redesain Kawasan Pendaratan Ikan di Rembang. Tugas Akhir, dipublikasikan*. Surakarta: Fakultas Teknik Universitas Muhammadiyah Surakarta.



- Hendrawan. (2016). *Redesain Logo Sebagai Identitas Visual Produk Kopi Raja Luwak Lampung Barat*. Bandung: UNIKOM Digital Library
- Hendry, R.A. (2001). *Perancangan Strategi Kreatif Re-Branding Solopuccino Coffee N Tea Surakarta*. Surakarta: Universitas Sebelas Maret.
- Gandjar, G. I., dan Rohman, A. (2014). *Kimia Farmasi Analisis*. Yogyakarta: Pustaka Belajar.
- Gelder, S.V. (2005). *Global Brand Strategy*. London: Kogan Page.
- Kasali, Rhenald. (1992). *Manajemen Periklanan dan Aplikasinya di Indonesia*. Jakarta: Pustaka Utama Grafiti.
- Kotler. (2005). *Manajemen Pemasaran*. Edisi 11 Jilid 2. Jakarta.
- Kotler, Philip. (2001). *Manajemen Pemasaran Global. Edisi Bahasa Indonesia*. Jakarta: Prenhallindo.
- Kusrianto. (2007). *Pengantar Desain Komunikasi Visual*. Yogyakarta: Andi Offset.
- Mintzberg, H. (1987). *Crafting Strategy*. pp. 66-75. Harvard Business Review.
- Muzellec, dkk. (2003). *Corporate Rebranding: An Exploratory Review*. Irish Marketing Review. Vol. 16 No. 2 pp. 31.
- Olins, W. (1989) *Corporate Identity: Making Business Strategy Visible Through Design*. London: Thames and Hudson.
- Purwaningrum. (2008). *Perencanaan Visual Branding Kabupaten Purbalingga Melalui Desain Komunikasi Visual*. Surakarta: Fakultas Sastra dan Seni Rupa Universitas Sebelas Maret.
- Rahayu, dkk. (2013). *Perpajakan Indonesia*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Rahmat, W. (2007). *Teknologi Profesional Illustrator*. Jakarta: Elex Media Komputindo.
- Rangkuti, Freddy. (2008). *The Power of Brands*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Rustan, Suriyanto. (2009). *Mendesain Logo*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Saladin, Djaslim. (2003). *Intisari Pemasaran dan Unsur-unsur Pemasaran*. Cetakan Ketiga. Bandung : Linda Karya
- Salamah. (2014). *Branding Tempat :Membangun Kota. Kabupaten, dan Provinsi Berbasis Identitas*. Jakarta: Makna Informasi.

- Schultz, dkk. (2000). *The Expressive Organization : Linking Identity, Reputation, and the Corporate Brand*. Oxford: Oxford University Press
- Shimp, Terence. (2002). *Periklanan Promosi: Aspek Tambahan Komunikasi Pemasaran Terpadu*. Edisi ke-5. Jakarta: Erlangga
- Shurtleff, W., and Aoyagi, A. (2007). *History of Fermented Soymilk and Its Products*. California: Soy Info Center Lafayette
- Simões. (2001). *Rethinking The Brand Concept: New Brand Orientation. Corporate Communications: An International Journal*. Vol. 6 Issue: 4, pp.217-224.
- Sjoraida, D. F. (2018). *Proses Rebranding Mal Grand Indonesia Oleh Departemen Marketing Communication PT. Grand Indonesia Profesi HUMAS*. Jurnal Ilmiah Ilmu Hubungan Masyarakat.
- Sucipta, dkk. (2017). *Pengemasan Pangan: Kajian Pengemasan Yang Aman, Nyaman, Efektif, Dan Efisien*. Bali: Udayana University Press.
- Sugiyono. (2014). *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Suhandang. (2012). *Studi dan Penerapan Public Relation Pedoman Kerja Perusahaan. Cetakan Kedua*. Bandung: Nuansa Cendekia.
- Suhendi, dkk. (2009). *Membuat Desain Profesional Dengan Adobe Illustrator*. Bandung: Informatika.
- Sumarwan, Ujang. (2003). *Perilaku Konsumen: Teori dan Penerapannya Dalam Pemasaran*. Cetakan Pertama. Jakarta: Ghalia Indonesia.
- Supriyono, Rachmat. (2010). *Desain Komunikasi Visual*. Yogyakarta. Andi.
- Sutisna. (2003). *Perilaku Konsumen Dan Komunikasi Pemasaran*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.
- Suyanto. (2004). *Analisis dan Desain Aplikasi Multimedia*. Yogyakarta: Andi.
- Swasty, Wirania. (2016). *Branding Memahami dan Merancang Strategi Merek*. Jakarta: Rosda.
- Tjiptono, dkk. (2008). *Pemasaran Strategik*. Yogyakarta : Andi.
- Widyatama, Rendra. (2007). *Pengantar Periklanan*. Yogyakarta: Pustaka BookPublisher.

- Yanti, Fitri. (2015). *Perancangan Visual Branding Kota Sawahlunto*. Padang: Universitas Negeri Padang.
- Yasmin, P. A. (2018). *Pemerintah Targetkan UMKM di 2019 Jadi 5% dari Populasi RI*. Diakses pada April 22, 2018 dari <https://finance.detik.com/berita-ekonomibisnis/d-3985019/pemerintah-targetkan-umkm-di-2019-jadi-5-dari-populasi-ri>.