

079/S/PM-KCBR/PK.03.08/30/DESEMBER/2022

**PERANCANGAN *REBRANDING* IDENTITAS VISUAL PRODUK UMKM  
BAJU ANAK “ALZENA KIDS MOSLEM”**

**SKRIPSI**

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



**Muhammad Farhan Nasrulloh**

**NIM 1909767**

**PROGRAM STUDI PENDIDIKAN MULTIMEDIA**

**KAMPUS DAERAH CIBIRU**

**UNIVERSITAS PENDIDIKAN INDONESIA**

**2023**

**PERANCANGAN *REBRANDING* IDENTITAS VISUAL PRODUK UMKM  
BAJU ANAK “ALZENA KIDS MOSLEM”**

Oleh  
Muhammad Farhan Nasrulloh

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

©Muhammad Farhan Nasrulloh  
Universitas Pendidikan Indonesia  
Januari 2023

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 SKRIPSI**

PERANCANGAN *REBRANDING* IDENTITAS VISUAL PRODUK UMKM  
BAJU ANAK “ALZENA KIDS MOSLEM”

Disetujui dan disahkan oleh pembimbing:

**Pembimbing 1:**

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

NIP. 920171219890103201

**Pembimbing 2:**

**Feri Hidayatulloh Firmansyah, S.Pd M.MT**

NIP. 9020190219910706101

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 REBRANDING IDENTITAS VISUAL PRODUK UMKM BAJU ANAK “ALZENA KIDS MOSLEM”** 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, 27 Januari 2023  
Yang membuat pernyataan,

**Muhammad Farhan Nasrulloh**  
NIM. 1909767

## UCAPAN TERIMA KASIH

Puji syukur kepada Allah SWT karena berkat rahmat, hidayah dan inayah-Nya penulis mampu menyelesaikan skripsi dengan judul **PERANCANGAN REBRANDING IDENTITAS VISUAL PRODUK UMKM BAJU ANAK “ALZENA KIDS MOSLEM”**. Penyusunan skripsi ini adalah salah satu syarat untuk mendapatkan gelar sarjana pada Program Studi Pendidikan Multimedia, Universitas Pendidikan Indonesia, Kampus Daerah Cibiru. Penulis menyadari dalam penyusunan skripsi ini tidak akan selesai tanpa bantuan dari berbagai pihak. Karena itu pada kesempatan ini penulis ingin mengucapkan terima kasih kepada:

1. Ibu Maya Purnama Sari, S.Pd., M.Ds. selaku Dosen Pembimbing I yang telah meluangkan waktunya, memberi arahan, ilmu, nasihat, saran dan pengalaman hidup, serta bimbingan kepada peneliti selama perkuliahan dan selama pengerjaan skripsi, terimakasih sudah memberikan dorongan dan motivasi untuk menyelesaikan skripsi ini. Semoga ibu bahagia, sehat, dimudahkan rezekinya dan semoga cita-cita ibu bisa terkabul.
2. Pak Feri Hidayatullah Firmansyah, M.MT. selaku Dosen Pembimbing II sekaligus Wali Dosen yang telah membantu saya selama perkuliahan, mulai dari akademik dan non akademik. Terimakasih untuk pengalaman dan ilmu-ilmu yang telah diberikan selama perkuliahan atau bimbingan skripsi, terimakasih sudah mau menemani penulis dari awal perkuliahan sampai penulis mengerjakan skripsi. Semoga bapak bahagia, sehat, dimudahkan rezekinya dan semoga cita-cita ibu bisa terkabul.
3. Ibu Ayung Candra Padmasari, S.Pd., M.T, selaku Kepala Prodi Pendidikan Multimedia, Kampus Daerah Cibiru, Universitas Pendidikan Indonesia dan selaku Dosen di Program Studi Pendidikan Multimedia yang telah memberikan ilmu tentang desain game yang memberikan pandangan baru kepada penulis tentang dunia game, semoga ibu diberi kesehatan, dimudahkan rezekinya dan diberi bahagia selalu.
4. Ibu Dian Rinjani, S.Pd., M.Ds. selaku Dosen di Program Studi Pendidikan Multimedia yang membantu penulis memahami tentang dunia desain grafis, visual branding, audio visual, dan tipografi. Terimakasih telah memberikan

ilmu yang sangat bermanfaat, semoga ibu diberi kesehatan, dimudahkan rezekinya dan diberi bahagia selalu.

5. Ibu Intan Permata Sari S.ST., M.Ds. selaku Dosen Program Studi Pendidikan Multimedia selaku Dosen di Program Studi Pendidikan Multimedia yang membantu penulis memahami tentang dunia animasi 3D dan animasi 2D, semoga ibu diberi kesehatan, dimudahkan rezekinya dan diberi bahagia selalu.
6. Bapak Fahmi Chandra Permana, S.Si., M.T. selaku Dosen dan Ketua Program Studi periode 2018-2022 di Program Studi Pendidikan Multimedia atas ilmu dan segala ilmu yang diberikan. Semoga bapak diberi kesehatan, dimudahkan rezekinya dan diberi bahagia selalu.
7. Bapak Reza selaku staf Program Studi Pendidikan Multimedia, yang turut membantu dalam proses administrasi penyusunan skripsi ini dari awal hingga akhir. Semoga bapak diberi kesehatan, dimudahkan rezekinya dan diberi bahagia selalu.
8. Terimakasih kepada orangtua penulis, Iyus Yayus YHM dan Lis Noor Ratna Sumirat yang selalu mendo'akan, memberi semangat, memberi makan dan memberikan segalanya kepada penulis semoga apa yang telah diberikan dibalas dengan balasan yang lebih besar.
9. Terimakasih kepada adik penulis, Raihan Noor Ma'ruf dan Annisa Noor Khalisa yang telah memberikan semangat kepada penulis.
10. Ibu Sri Ratna Aminah Zaki dan seluruh jajaran staff *Alzena Kids Moslem*: Hengky Budi Satrio, Susi Apriyanti Melina, Dinda Yulia Sari, Gilang Permana, Elsa Riani Mardika, Saldiniyah Nurazizah, Azka Hambali, Sonia Siti Sugaeriyah Zamzam, Adinda Aulia Artamevia, Alma Nanda Meisya, Putri Rahmi Azzikra, Rosi septiani, Wiwi Oktaviani
11. Darasyifa Andini Erlingga, selaku teman dekat penulis atas bimbingan, dukungan serta waktu yang telah diberikan. Terimakasih telah menjadi teman dekat yang selalu siap disegala situasi, terimakasih sudah memberkan segalanya yang membuat penulis bisa menjalani perkuliahan sampai skripsi. Semoga hal-hal baik selalu menyertai.
12. Rekan seperjuangan perkuliahan yang telah kebersamai selama perkuliahan dan pengerjaan skripsi, Azka Zaahira Reyhan, Audrina Famanda, Citra Ayu

Puspita, Tiara Ghina, Putri Sabila, Kiki Saepul Anam, Malik Fathurrohman, Muhammad Nabel Ghithrif, Muhamad Rizki Ramadan, Wahyu Setiawan, Fathin Muhamad Lathif, Aditya Riyadhi, Rijki Ganjar Nugraha, Claudio Christopher, Yollanda Shafa, Virlyana Azzalia Putri, Sahla Analia Zain, Rihlatu Radhiyallah dan rekan-rekan lainnya atas dukungan dan semangat yang diberikan.

13. Terimakasih kepada Bangsal yang telah memberikan waktu, tawa, dan tenaga agar penulis selalu semangat untuk membuat skripsi.

*14. Last but not least, I wanna thank me. I wanna thank me for believing in me. I wanna thank me for doing all this hard work. I wanna thank me for having no days off. I wanna thank me for, for never quitting.*

Penulis menyadari skripsi ini tidak luput dari berbagai kekurangan. Penulis sangat mengharapkan saran dan kritik untuk kesempurnaan dan perbaikannya sehingga akhirnya skripsi ini dapat memberikan kebermanfaatan untuk banyak pihak.

Bandung, 27 Januari 2023

**Penulis**

**Muhammad Farhan Nasrulloh**

NIM. 1909767

# PERANCANGAN *REBRANDING* IDENTITAS VISUAL PRODUK UMKM BAJU ANAK “ALZENA KIDS MOSLEM”

Muhammad Farhan Nasrulloh  
NIM. 1909767

## ABSTRAK

Rebranding merupakan salah satu upaya yang dilakukan oleh perusahaan dalam rangka mengubah citra perusahaan melalui perubahan identitas yang lebih representatif serta membedakannya dari pesaing. Pengusaha pada sektor bisnis UMKM (Usaha Mikro, Kecil dan Menengah) dapat melakukan rebranding sebagai upaya peningkatan kualitas. Alzena Kids Moslem sebagai salah satu UMKM perlu melakukan upaya rebranding sebagai identitas visual dalam upaya menerapkan konsistensi dalam penggunaan *design system* yang sudah ditentukan pada media promosi. Tujuan penelitian ini merancang ulang identitas visual produk UMKM baju anak Alzena Kids Moslem yang sesuai dengan *design system* serta menghasilkan rancangan identitas *branding* yang dapat diaplikasikan pada berbagai media promosi. Penelitian menggunakan metode *practice-led research*, yang memiliki lima tahapan tahap persiapan, tahap mengimajinasi, tahap pengembangan imajinasi, tahap pengerjaan sampai desain final. Hasil penelitian berhasil membuat rancangan ulang identitas visual Alzena Kids Moslem dihasilkan logo, *color pallete*, dan beberapa aturan penggunaan logo yang mampu menggambarkan identitas *brand* yang diterapkan pada kemasan produk, sticker, sign system, banner, kartu nama, hang tag, dan media promosi digital berupa feeds instagram, dan website. Hasil perancangan rebranding yang telah dilakukan bagi UMKM Alzena Kids Moslem, diterima dan diterapkan oleh perusahaan untuk memperkuat identitas *branding* UMKM Alzena Kids Moslem.

**Kata Kunci:** *Rebranding, UMKM, Alzena Kids Moslem*



**DESIGN OF VISUAL IDENTITY REBRANDING OF MSME PRODUCTS**  
**“ALZENA KIDS MOSLEM” CHILDREN'S CLOTHES**

**Muhammad Farhan Nasrulloh**  
**NIM. 1909767**

**ABSTRACT**

*Rebranding is one of the efforts made by the company in order to change the company's image through a change in identity that is more representative and differentiates it from competitors. Entrepreneurs in the MSME business sector (Micro, Small and Medium Enterprises) can rebrand as an effort to improve quality. Alzena Kids Moslem as one of the MSMEs needs to carry out rebranding efforts as a visual identity in an effort to implement consistency in the use of design systems that have been determined in promotional media. The purpose of this research is to redesign the visual identity of Alzena Kids Moslem children's clothing MSME products in accordance with the design system and to produce a branding identity design that can be applied to various promotional media. The research uses the practice-led research method, which has five stages: the preparation stage, the imagination stage, the imagination development stage, the work stage to the final design. The results of the study succeeded in redesigning the visual identity of Alzena Kids Moslem resulting in a logo, color palette, and several rules for using a logo that are able to describe brand identity that is applied to product packaging, stickers, sign systems, banners, business cards, hang tags, and digital promotional media in the form of Instagram feeds, and websites. The results of the rebranding design that has been carried out for Alzena Kids Moslem, are accepted and implemented by the company to strengthen the branding identity of UMKM Alzena Kids Moslem.*

**Keyword:** *Rebranding, UMKM, Alzena Kids Moslem*

## DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI.....	ii
LEMBAR PERNYATAAN.....	iii
UCAPAN TERIMA KASIH.....	iv
ABSTRAK.....	vii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR GAMBAR.....	xi
BAB I.....	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	4
1.3 Tujuan Penelitian.....	5
1.4 Manfaat Penelitian.....	5
1.5 Struktur Organisasi Skripsi.....	6
BAB II.....	7
2.1 Pengertian Desain.....	7
2.2 Prinsip-Prinsip Desain.....	8
2.3 Unsur-Unsur Desain.....	11
2.4 Pengertian Branding.....	15
2.5 Tujuan Branding.....	17
2.6 Elemen-Elemen Branding.....	17
2.7 Pengertian Rebranding.....	23
2.8 Pengertian Brand (Merek).....	24
2.9 Pengertian Brand Identity (Identitas Merek).....	25
2.10 Pengertian Brand Image (Citra Merek).....	25
2.11 Pengertian Brand Awareness (Kesadaran Merek).....	26
2.12 Pengertian Brand Positioning (Pemosisian Merek).....	28
2.13 Usaha Mikro, Kecil dan Menengah.....	28
2.14 Profil Alzena.....	29
2.15 Identitas UMKM Alzena Kids Moslem.....	30
2.16 Data Pengusaha.....	31
2.17 Visi Misi Perusahaan.....	31
BAB III.....	32
3.1 Metode Penciptaan.....	32

3.2	Alur Penciptaan Karya .....	33
3.3	Alur Penciptaan Karya .....	33
BAB IV .....		40
4.1	Observasi.....	40
4.2	Analisis SWOT .....	42
4.3	Analisis STP (Segmentation, Targeting, Positioning) .....	45
4.3	Tahap Berkarya .....	46
BAB V.....		96
5.1	Kesimpulan .....	96
5.2	Rekomendasi .....	97
DAFTAR PUSTAKA .....		98

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 2. 1 Name Only Logo .....	18
Gambar 2. 2 Name/symbol logo .....	19
Gambar 2. 3 Initial Letter Logo .....	19
Gambar 2. 4 Pictorial Name Logo .....	19
Gambar 2. 5 Associative Logo .....	20
Gambar 2. 6 Jenis Font.....	20
Gambar 3. 1 Tahapan Perancangan Karya .....	33
Gambar 3. 2 Laptop.....	35
Gambar 3. 3 Mouse .....	35
Gambar 3. 4 Smartphone.....	36
Gambar 3. 5 Buku Sketsa.....	36
Gambar 3. 6 Adobe Illustrator .....	37
Gambar 3. 7 Adobe Photoshop .....	37
Gambar 3. 8 Figma.....	38
Gambar 3. 9 Printer .....	38
Gambar 4. 1 Observasi dan Kunjungan ke Alzena Kids Moslem.....	40
Gambar 4. 2 Logo Alzena .....	41
Gambar 4. 3 Variasi Logo Alzena Kids Moslem.....	41
Gambar 4. 4 Penggunaan Warna pada Logo Alzena .....	42
Gambar 4. 5 Sketsa Logo .....	46
Gambar 4. 6 Materi Desain .....	47
Gambar 4. 7 Sketsa Logogram.....	48
Gambar 4. 8 Sketsa Logotype .....	49
Gambar 4. 9 Struktur Logogram .....	53
Gambar 4. 10 Golden Ratio .....	54
Gambar 4. 11 Color Palette.....	58
Gambar 4. 12 Logotype.....	58
Gambar 4. 13 Primary Logo.....	59
Gambar 4. 14 Secondary Logo.....	59
Gambar 4. 15 Area Aman .....	60
Gambar 4. 16 Ukuran Minimal .....	61
Gambar 4. 17 Tipografi.....	61
Gambar 4. 18 Logo Incorrect Usage .....	62
Gambar 4. 19 Color Variation.....	62
Gambar 4. 20 Penempatan Logo .....	63
Gambar 4. 21 Mockup Poster.....	64
Gambar 4. 22 Mockup Billboard .....	66
Gambar 4. 23 Mockup Roll-Up Banner .....	68
Gambar 4. 24 ID Card.....	73
Gambar 4. 25 Mockup Lanyard .....	75
Gambar 4. 26 Mockup Hangtag .....	77
Gambar 4. 27 Mockup Stiker .....	79
Gambar 4. 28 Box Kemasan .....	82
Gambar 4. 29 Mockup Paper Bag .....	84
Gambar 4. 30 Feeds Instagram.....	86
Gambar 4. 31 Website.....	89

## DAFTAR TABEL

Tabel 2. 1 Identitas UMKM Alzena Kids Moslem .....	30
Tabel 2. 2 Data Pengusaha Alzena Kids Moslem .....	31
Tabel 4. 1 Analisis STP .....	45
Tabel 4. 2 Proses Konversi Logo .....	49
Tabel 4. 3 Proses Pewarnaan.....	54
Tabel 4. 4 Tahapan Pembuatan Mockup Poster .....	64
Tabel 4. 5 Tahapan Pembuatan Mockup Billboard.....	66
Tabel 4. 6 Tahapan Pembuatan Mockup Roll-Up Banner .....	69
Tabel 4. 7 Mockup Signboard.....	71
Tabel 4. 8 Tahapan Pembuatan Mockup Signboard .....	71
Tabel 4. 9 Tahapan Pembuatan Mockup ID Card.....	73
Tabel 4. 10 Tahapan Pembuatan Mockup Lanyard .....	75
Tabel 4. 11 Tahapan Pembuatan Mockup Hangtag .....	78
Tabel 4. 12 Tahapan Pembuatan Mockup Stiker .....	80
Tabel 4. 13 Tahapan Pembuatan Mockup Box Kemasan .....	82
Tabel 4. 14 Tahapan Pembuatan Mockup Paper Bag .....	84
Tabel 4. 15 Tahapan Pembuatan Feeds Instagram.....	87
Tabel 4. 16 Tahapan Pembuatan Prototype Website .....	89

## DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Surat Pengangkatan Dosen Pembimbing.....	101
Lampiran 2. Prototype & Mockup Instagram .....	102
Lampiran 3. Prototype & Mockup Website .....	103
Lampiran 4. Hasil Rebranding (Brand Guidelines) .....	106



## DAFTAR PUSTAKA

- Adiel, A. (2018). *Perancangan Branding Fashion Label Affairs* (Doctoral dissertation, Institut Teknologi Sepuluh Nopember).
- Aini, FN, Yandi,C, Sari,MP, Analisis SWOT Pengelolaan Digital Marketing pada Brand DIOR untuk Kepuasan Konsumen, *Edsence: Jurnal Pendidikan Multimedia*, 3(2), hal.103-110.
- Ariano, Marco. (2017). Pengaruh Rebranding dan Repositioning Terhadap Brand Equity Smartphone Microsoft Lumia. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Universitas Surabaya*. 6 (2).
- Asri, O., & Rozy, K. (2018). Pengaruh Brand Awareness Dan Brand Image Serta Word Of Mouth Terhadap Brand Trust Dan Pembentukan Brand Loyalty Pada Pelanggan C'bezt Friedchiken Kecamatan Genteng Banyuwangi. *Journal of Economic, Business and Accounting (COSTING)*. Volume 1 Nomor 2. e-ISSN : 2597-5234. Pp. 269- 282.
- Bird, M., Channon, C., & Ehrenberg, A. S. (1970). Brand image and brand usage. *Journal of Marketing Research*, 7(3), 307-314.
- Casofa, F., & Isa, A. (2022). *Gerbang Kreativitas: Jagat Desain Grafis*. Bumi Aksara.
- Chasnov, J. R. (2016). *Fibonacci Numbers and the golden ratio*. Hongkong: Jeffrey R. Chasnov & bookboon.
- Crainer, S., & Dearlove, D. (2003). *The ultimate book of business brands: Insights from the world's 50 greatest brands*. United Kingdom: Capstone.
- Danang Kristiawan, A. (2021). *Perancangan Branding Fashion Boutique Anlicollection* (Doctoral dissertation, Institut Seni Indonesia Yogyakarta).
- Dewi, W. N., Sevtiana, A., Suwandi, S., & Julaeha, T. S. (2022). Perancangan Brand Identity Dan Banner Sebagai Media Promosi Bunabee Fashion Untuk Meningkatkan Brand Awareness. *Jurnal Digit*, 12(1), 54-66.
- Fauzi, A. (2019). *Gulali Bentuk Ayam sebagai Inspirasi Penciptaan Perhiasan Logam* (Doctoral dissertation, Institut Seni Indonesia Yogyakarta).
- Gelder, S.V. (2005). *Global brand strategy*. London: Kogan Page.
- Gustafson, T., & Chabot, B. (2007). Brand awareness. *Cornell Maple Bulletin*, 105(1).



- Haseman, B., (2007), Tightrope Writing: Creative Writing Programs in the RQF Environment in Nigel Krauth & Jen Webb (eds), TEXT, vol 11 no 1.
- Hendriyana, H., & Ds, M. (2022). *Metodologi Penelitian Penciptaan Karya Practice-Led Research And Practice-Based Research Seni Rupa, Kriya, Dan Desain–Edisi Revisi*. Penerbit Andi.
- Khasanah, N. A., Sugiat, M. A., Studi, P., Komunikasi, D., Kreatif, F. I., & Promosi, M. (2016). Strategi Desain Call Jack Dan Implementasinya Pada Media Visual Design Strategy And Visual Media Implementation, 3(3), 523–530.
- Kotler, P. (2009). *Manajemen Pemasaran*. Indeks, Jakarta.
- Kotler, P., & Gertner, D. (2002). Country as brand, product, and beyond: A place marketing and brand management perspective. *Journal of brand management*, 9(4), 249-261.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2009). *Manajemen Pemasaran*, Edisi 13. Jakarta.
- Kwanda, C., Hagijanto, A. D., Dian, B., Maer, A., & Petra, U. K. (2018). Perancangan Visual Branding Sebagai Pendukung Promosi Produk Batik Ikat Celup UMKM Siwalankerto di Surabaya. 1–10.
- Monica, M., & Luzar, L. C. (2011). Efek warna dalam dunia desain dan periklanan. *Humaniora*, 2(2), 1084-1096.
- Muntazori, A. F., & Listya, A. (2021). Branding UMKM Produk Kopi Bang Sahal melalui Desain Logo. *SENADA: Semangat Nasional Dalam Mengabdi*, 1(3), 342-351.
- Murwanti, A. (2017, October). Pendekatan Practice-led Research sebuah Upaya Fundamental untuk Mengatasi Ketimpangan antara Praktik Penciptaan Seni Rupa dan Publikasi Akademik di Indonesia. In *Seminar Nasional Seni dan Desain 2017* (pp. 16-23). State University of Surabaya.
- Murwanti, A. (2017). Pendekatan Practice-led Research sebuah Upaya Fundamental untuk Mengatasi Ketimpangan antara Praktik Penciptaan Seni Rupa dan Publikasi Akademik di Indonesia. In *Seminar Nasional Seni dan Desain 2017* (pp. 16-23). State University of Surabaya.
- Percy, L., & Rossiter, J. R. (1992). A model of brand awareness and brand attitude advertising strategies. *Psychology & Marketing*, 9(4), 263-274.
- Prasetyo, B. D., & Febriani, N. S. (2020). *Strategi Branding: Teori dan Perspektif Komunikasi dalam Bisnis*. Universitas Brawijaya Press.

- Putra, S. J., & Hartini, Y. (2021). Perancangan Branding UMKM Mr & Mrs Cake Shop Lombok. *E-Dimas: Jurnal Pengabdian kepada Masyarakat*, 12(2), 297-304.
- Rangkuti, F. (2004). *The power of brands*. Gramedia pustaka utama.
- Rowles, D. (2022). *Digital branding: a complete step-by-step guide to strategy, tactics, tools and measurement*. Kogan Page Publishers.
- Sachari, A. (2004) Seni Rupa Dan Desain. Jakarta: Gelora Aksara Pratama Erlangga.
- Sachari, A., & Sunarya, Y. Y. (2000). Wacana Transformasi Budaya. Bandung: Penerbit ITB.
- Siahaan, Herlina Debby & Yuliati, Ai Lili. (2016). Pengaruh Tingkat Brand Awareness Terhadap Keputusan Pembelian Produk Victoria's Secret (Studi Pada Konsumen Victoria's Secret di PVJ Bandung). ISSN : 2355-9357. eProceeding of Management : Vol.3, No.1. Pp. 497-505.
- Sihombing, D. (2001). *Tipografi dalam desain grafis*. Gramedia Pustaka Utama.
- Suci, Y. R. (2017). Perkembangan UMKM (Usaha mikro kecil dan menengah) di Indonesia. *jurnal ilmiah cano ekonomos*, 6(1), 51-58.
- Sudrartono, T., Nugroho, H., Irwanto, I., Agustini, I. G. A. A., Yudawisastra, H. G., Amaria, H., ... & Sudirman, A. (2022). Kewirausahaan UMKM Di Era Digital.
- Susanto, A.B., & Wijanarko, H. (2004). Power branding: Membangun merek unggul dan organisasi pendukungnya. Jakarta: Quantum Bisnis & Manajemen.
- Tjandra, V. W., Karnadi, H., & Renaningtyas, L. (2020). Perancangan Fashion Brand Anggethik. *Jurnal DKV Adiwarna*, 1(16), 11.
- Ulrich, K.T. & Eppinger, S.D. (2008). Product Design and Development. 4th Edition, McGraw-Hill: New York.
- Wijaya, B. S. (2013). Dimensions of brand image: A conceptual review from the perspective of brand communication. *European Journal of Business and Management*, 5(31), 55-65.