

Perancangan *Brand Identity* UMKM Sekar Mulya Sebagai Media Pengenalan Identitas dan Citra Produk

Moh Cholisatur Rizaq¹, Sunarmi², Fauzia Nur Alisha³

^{1,2}Program Studi Magister Seni Program Pascasarjana
Institut Seni Indonesia Surakarta
Jl. Ki Hajar Dewantara No.19, Jebres, Kec. Jebres, Kota Surakarta, Jawa Tengah 57126
rzaq07@gmail.com, sunarmi.interior67@gmail.com

³Program Studi Desain Komunikasi Visual, Fakultas Teknik
Universitas Maarif Hasyim Latif, Sidoarjo, Indonesia
Jl. Ngelom Megare No 30, Kec Taman Kab. Sidoarjo, Jawa Timur.
fauzianuralisha13@gmail.com

Abstrak

Sekar Mulya adalah UMKM yang berlokasi di Desa Mulyodadi Kab Sidoarjo bergerak di bidang olahan makanan dan minuman dengan bahan dasar belimbing wuluh. Produk unggulan yang dihasilkan oleh UMKM ini adalah sirup, sari buah, manisan, dan selai. Identitas mempunyai peranan penting dalam kegiatan promosi dan pemasaran. Keterbatasan identitas yang dimiliki oleh UMKM Sekar Mulya akan menghambat proses promosi dan pemasaran. Oleh karena itu, perlu dirancang sebuah brand identity yang kuat sebagai pengenalan dan mengkomunikasikan citra produk. Proses perancangan mempunyai tahapan dari latar belakang, merumuskan masalah, pengumpulan data, analisis data, konsep perancangan, visualisasi, dan final design. Metode pengumpulan data mengadopsi metode penelitian kualitatif yaitu observasi, wawancara, dokumentasi, dan studi pustaka. Analisis data yang dilakukan menggunakan teori SWOT. Hasil dari perancangan ini adalah logo dan maskot sebagai media pokok. Pembentukan logo terinspirasi dari singkatan nama Sekar Mulya yaitu huruf "SM". Maskot terinspirasi dari wanita Sidoarjo yang memakai kebaya tradisional yang dilengkapi dengan jarik motif beras wutah. Perancangan ini dilengkapi media pendukung antara lain stationery, merchandise, banner, label kemasan, dan graphic standard manual.

Kata kunci— Branding, Belimbing wuluh, UMKM.

Abstract

Sekar Mulya is an UMKM located in Mulyodadi Village, Sidoarjo which is produce processed food and beverages with starfruit as the main ingredient. The products produced by UMKM Sekar Mulya are syrup, fruit juice, sweets and jam. Identity has an important role in promotional and marketing activities. Identity limitations by UMKM Sekar Mulya will hinder the promotion and marketing process. Therefore, it is necessary to design a strong brand identity to identify and communicate the product image. The design process has stages from background, problem formulation, data collection, data

analysis, design concept, visualization, and final design. The data collection method adopts qualitative research methods, namely observation, interviews, documentation, and literature study. Data analysis was performed using the SWOT theory. The result of this design is the logo and mascot as the main media. The formation of the logo was inspired by the abbreviation of the name Sekar Mulya, namely the letters "SM". The mascot was inspired by a Sidoarjo woman who wears a traditional kebaya which is complemented by a wutah rice motif. This design also creating a supporting media including stationery, merchandise, banners, packaging labels, and graphic standard manuals.

Keywords— *Branding, Belimbing Wuluh, UMKM.*

1. PENDAHULUAN

UMKM (Usaha Mikro Kecil dan Menengah) mempunyai dampak yang besar dan mempunyai andil terhadap kemajuan bangsa Indonesia. Segi kreativitas, inovasi, dan produktifitasnya yang berkembang dapat ditinjau sebagai parameter kemajuan dan bersaing di pasar. Bentuk usaha individu, badan usaha kecil, maupun rumah tangga yang dapat melakukan dorongan terhadap ekonomi dan kesejahteraan masyarakat sehingga dapat berdikari merupakan sebuah konsep UMKM (Mutrofin, Muhammad, and Mahmud 2021).

Sekar Mulya adalah UMKM yang berlokasi di Desa Mulyodadi RT 003 / RW 001 Kecamatan Wonoayu Kabupaten Sidoarjo Jawa Timur bergerak di bidang olahan makanan dan minuman dengan bahan dasar belimbing wuluh. Produk unggulan yang dihasilkan oleh UMKM ini adalah sirup, sari buah, manisan, dan selai. Berdiri sejak tahun 2019, dipelopori oleh ibu Tyas dan bertahan sampai saat ini. Produk olahan belimbing wuluh ini masih jarang ditemui di kabupaten Sidoarjo. Sejak awal berdiri, UMKM Sekar Mulya tidak mempunyai identitas yang dapat menampilkan citra khusus dan pembeda terhadap kompetitor. Salah satu identitas utama yaitu sebuah logo. Kriteria logo yang baik dapat mewakili atribut nonfisik yang ada pada *brand*. Logo dibedakan menjadi dua tipe yaitu *logogram* dan *logotype*. *Logogram* merupakan gambar yang mewakili sebuah makna atau logo yang berbentuk gambar. *Logogram* yang baik dan kuat dapat menjadi elemen visual yang muda diingat oleh masyarakat. *Logotype* merupakan logo hasil dari pengolahan *font*. Setiap *font* dapat menggambarkan karakter brand yang diwakilkan (Oscario 2013).

Identitas mempunyai peranan penting dalam kegiatan promosi dan pemasaran. Keterbatasan identitas yang dimiliki oleh UMKM Sekar Mulya akan menghambat proses promosi dan pemasaran sehingga mempunyai dampak dalam penurunan pendapatan. Menurut Nurkarsa (2020), promosi adalah bentuk komunikasi pemasaran atau kegiatan pemasaran yang mempunyai tujuan untuk melakukan penyebaran informasi, mempersuasi konsumen, dan mengingatkan target konsumen agar produk bisa diterima. Promosi juga meningkatkan minat untuk mengkonsumsi produk yang ditawarkan. Dilihat dari kondisi saat ini pada UMKM Sekar Mulya, tidak ada identitas yang mendukung proses promosi dan pemasaran sehingga dapat menyulitkan konsumen untuk membedakan produk UMKM Sekar Mulya dengan kompetitor.

Melihat dari kondisi UMKM Sekar Mulya, perlu dirancang sebuah *brand identity* yang kuat sebagai pengenalan dan mengkomunikasikan citra produk. *Brand Identity* dirancang untuk kebutuhan *branding* yang bertujuan menciptakan citra yang diinginkan terhadap produk UMKM Sekar Mulya ke konsumen. Wheeler (2013) menjelaskan bahwa *brand identity* merupakan sesuatu yang nyata, bisa dilihat, dipegang, dan didengar yang terhubung pada akal sehat manusia. *Brand Identity* menciptakan pengenalan, perbedaan, dan membuat segala sesuatu yang berkaitan dengan *brand* menjadi lebih terbuka dan nyata. Dengan adanya perancangan *brand identity* UMKM Sekar Mulya, bertujuan untuk membuat identitas sebagai media pengenalan dan citra produk yang dapat menarik perhatian dan minat konsumen terhadap produk sehingga akan berdampak pada naiknya pendapatan dan perkembangan bisnis UMKM Sekar Mulya

2. METODE PERANCANGAN

Dalam perancangan ini teknik pengumpulan data mengadopsi dari metode kualitatif. Metode kualitatif merupakan suatu kegiatan yang dilakukan untuk eksplorasi dan memahami suatu makna dari sekelompok maupun individu orang, karena adanya suatu permasalahan (Creswell 2014). Proses perancangan *brand identity* UMKM Sekar Mulya sebagai media pengenalan identitas dan citra produk melalui tahapan yang dijelaskan dalam bagan perancangan gambar 1.



Gambar 1. Bagan Perancangan *brand identity* UMKM Sekar Mulya

2.1 Teknik Pengumpulan Data

Dalam perancangan ini, menurut Creswell (2014) ada 4 teknik pengumpulan data sebagai berikut:

2.1.1 *Observasi*, merupakan teknik pengumpulan data dengan melakukan pengamatan secara langsung kepada UMKM Sekar Mulya yang bertempat di Desa Mulyodadi RT 003 / RW 001 Kecamatan Wonoayu.

2.1.2 *Wawancara*, merupakan teknik pengumpulan data dengan cara bertanya secara langsung kepada narasumber. Pada perancangan ini, wawancara dilakukan dengan narasumber utama yaitu Bu Tyas selaku pemilik UMKM Sekar Mulya, pembeli, dan pekerja UMKM Sekar Mulya.

2.1.3 *Dokumentasi*, merupakan teknik pengumpulan data dengan mengumpulkan data yang berkaitan dengan UMKM Sekar Mulya.

2.1.4 *Studi Pustaka*, merupakan teknik pengumpulan data yang diperoleh dari sumber tertulis seperti buku, jurnal dan internet yang mendukung dari perancangan ini.

2.2 Analisis Data

Analisis yang digunakan dalam perancangan ini menggunakan Analisis SWOT (*Strength, Weakness, Opportunity, Threat*). Analisis SWOT ini dibutuhkan untuk menganalisis pasar *brand* serta kesempatan dan ancaman yang berasal dari luar. Metode ini digunakan untuk membandingkan kelebihan dan kekurangan produk yang dimiliki Sekar Mulya.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Sekar Mulya merupakan UMKM yang berlokasi di Ds. Mulyodadi RT 03, RW 01 Kecamatan Wonoayu kabupaten Sidoarjo. Sekar Mulya bergerak di bidang pengolahan makanan dan minuman dari bahan belimbing wuluh. Sekar Mulya memiliki makna filosofi dibalik namanya yaitu kata sekar berasal dari bahasa Jawa yang bermakna bunga, sedangkan kata mulya dari bahasa jawa bermakna kemulyaan.

Produk Sekar Mulya merupakan makanan dan minuman olahan dari buah belimbing wuluh, jenis olahannya seperti sirup belimbing wuluh, sari buah belimbing wuluh, manisan belimbing wuluh, dan selai belimbing wuluh. UMKM Sekar Mulya dipimpin dan dikelola oleh seorang pengusaha dekorasi sekaligus MUA (*Make Up Artis*) yang bernama Ibu Tiyas. Berdirinya UMKM Sekar Mulya memberikan peluang pekerjaan untuk para ibu rumah tangga di sekitar, karena Bu Tyas memperkerjakan ibu-ibu rumah tangga sekitar sebagai tenaga kerjanya. Pada awalnya, di desa Mulyodadi terdapat banyak pohon belimbing wuluh yang memiliki buah melimpah ruah. Bu Tyas melakukan beberapa uji coba untuk mengetahui khasiat apa yang ada di dalam belimbing wuluh, agar supaya buah belimbing wuluh dapat dimanfaatkan secara maksimal dan tidak terbuang sia-sia. Setelah itu diketahui bahwa belimbing wuluh banyak memiliki khasiat terutama untuk sakit hipertensi namun karena belimbing wuluh memiliki rasa yang sangat asam membuat beberapa warga enggan mengkonsumsinya sebagai obat. Setelah melakukan beberapa kali percobaan, pada tahun 2019 UMKM Sekar Mulya membuat beberapa inovasi baru dari olahan buah belimbing wuluh.

Potensi yang ada pada UMKM Sekar Mulya harus didukung dengan strategi dalam melakukan promosi dan pemasaran. Kebutuhan terkait promosi dan pemasaran penting dilakukan dan dirancang sebuah identitas sehingga dapat membentuk citra terhadap konsumen dan sebagai media pengenalan.

3.1 Hasil Analisis SWOT

Setelah proses pengumpulan data, maka proses selanjutnya yaitu melakukan analisis data dengan teori SWOT. Didapatkan hasil analisis SWOT yang dilakukan pada UMKM Sekar Mulya sebagai berikut:

Tabel 1. Hasil Analisis SWOT UMKM Sekar Mulya

<i>Strength</i>	<i>Weakness</i>
<i>Strength</i> (Kekuatan) yang dimiliki Sekar Mulya yaitu telah memiliki pelanggan tetap yang berasal dari relasi pemilik dan warga sekitar, Produk UMKM Sekar Mulya ini memiliki khasiat yang banyak, menggunakan bahan-bahan alami yang bebas dari bahan pengawet, dan produk dibuat setiap hari sesuai pesanan untuk menjaga kualitas dari produk.	<i>Weakness</i> (Kelemahan) yang dimiliki Sekar Mulya yaitu belum memiliki identitas pada produk yang dijual, banyak masyarakat yang belum mengetahui produk dari Sekar Mulya, serta kurangnya media promosi untuk meningkatkan penjualan.
<i>Opportunity</i>	<i>Threat</i>
<i>Opportunity</i> (Peluang) yang dimiliki Sekar Mulya yaitu jumlah kompetitor yang masih belum banyak bermunculan sehingga produk UMKM Sekar Mulya berpotensi dapat dikenali dan diminati banyak orang serta melakukan pengembangan promosi pada media-media digital	<i>Threat</i> (Ancaman) Sekar Mulya yaitu banyak yang mencoba memanipulasi produk kemudian membuat produk sejenis dengan merek yang lain namun dengan kualitas lebih rendah

3.2 Konsep Perancangan

Konsep perancangan sangat penting dilakukan supaya *brand* Sekar Mulya dapat menarik minat konsumen dengan baik dan mempunyai ciri khas di mata konsumen. Identitas yang ingin ditonjolkan pada *brand* Sekar Mulya akan dimunculkan dengan memilih bentuk logo perpaduan *logogram* dan *logotype* yang unik dan memiliki bentuk khas. Selain itu penulis juga memilih logo yang mudah dibaca dan dipahami oleh masyarakat luas guna memudahkan proses promosi atau penyampaian informasi tentang produk – produk dari Sekar Mulya kepada masyarakat. Hal ini digunakan sebagai pembeda dengan para kompetitornya yang lain.

Citra Visual yang ditampilkan pada logo UMKM Sekar Mulya dihadirkan dengan perpaduan *logogram* sebagai identitas Sekar Mulya yang menggunakan dua huruf singkatan dari nama Sekar Mulya yaitu huruf S dan M yang dilengkapi dengan *logotype* berupa nama Sekar Mulya. Citra visual pada maskot menggunakan penggambaran seorang wanita Jawa dengan menggunakan pakaian tradisional Sidoarjo yang dilengkapi dengan penggunaan jarik motif khas Sidoarjo, yaitu batik motif beras Wutah. Pakaian tradisional Sidoarjo dan motif batik beras wutah dipilih untuk memunculkan ciri khas kota asal dari Sekar Mulya yaitu Sidoarjo.



Gambar 2. Batik beras wutah

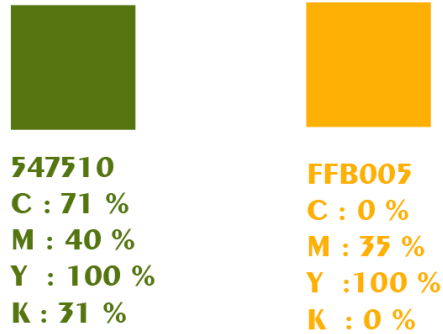
3.2.1 Unsur Ikonik

Unsur ikonik ditampilkan pada bentuk logo yang memiliki ciri khas yaitu, bentuk huruf S berbentuk lengkungan yang dilengkapi lingkaran kecil pada bagian bawah untuk mempertegas bentuk huruf, sedangkan huruf M dibuat dari dua kelopak bunga belimbing wuluh. Bentuk maskot dibuat seperti wanita dengan baju tradisional Sidoarjo dengan membawa segrombol buah belimbing wuluh pada tangan kiri, serta tangan kanan yang menunjukkan jempol.

3.2.2 Warna Utama

Warna merupakan salah satu hal penting yang dapat berpengaruh terhadap psikologi konsumen. Menurut Sanyoto (2010) mendefinisikan warna ialah pancaran gelombang cahaya yang diterima oleh indra penglihatan. Pancaran cahaya yang ditangkap oleh mata merupakan suatu pancaran energi yang dihasilkan oleh gelombang

elektromagnetik. Pada perancangan *Branding* Sekar Mulya menggunakan dua warna utama yaitu hijau dan orange. Kedua warna tersebut akan selalu ada pada setiap desain yang dibuat. Warna yang dipilih sebagai berikut:



Gambar 3. Warna utama untuk identitas UMKM Sekar Mulya

Warna hijau dipilih karena warna hijau menyimbolkan kesegaran, kealamian dan sumber kehidupan. Warna hijau juga memunculkan naturan pada desain yang ditampilkan. Sedangkan, Warna orange dipilih karena dapat memunculkan kesan kesenangan, antusiasme, kepercayaan dan kebahagiaan. Warna orange juga dapat meningkatkan antusiasme konsumen yang melihatnya. Warna orange juga digambarkan sebagai semangat yang dimiliki oleh UMKM Sekar Mulya.

3.2.3 Tipe Huruf

Pada pembuatan logo UMKM Sekar Mulya, tipe huruf yang digunakan pada logo menggunakan huruf Exotc350 Bd BT Bold.



Gambar 4. Type huruf

3.2.4 Gaya Penampilan Grafis

Dalam pembuatan rancangan ini gaya penampilan grafis yang digunakan pada logo menampilkan dua huruf yang berasal dari huruf awal kata Sekar Mulya yaitu huruf S dan M. sedangkan gaya penampilan grafis yang digunakan pada maskot dengan menggunakan gambar kartun dengan bentuk wanita yang memakai baju kebaya khas Sidoarjo dilengkapi dengan jarik beras wutah, serta tangan kanan mengacungkan jempol kedepan, kanan kiri dinaikkan keatas dengan membawa segrombol buah belimbing wuluh.

3.2.5 Karakter Desain

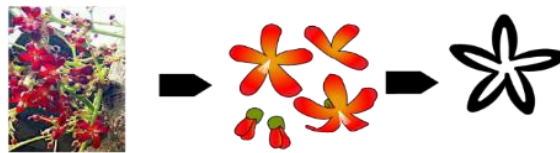
Dalam perancangan *brand identity* UMKM Sekar Mulya kriteria desain yang ingin ditampilkan adalah memiliki bentuk yang bisa menjadi ciri khas dari Sekar Mulya, serta mudah diingat oleh masyarakat umum, sehingga dapat memunculkan citra visual khusus. Kriteria Umum yang ditunjukkan dalam perancangan ini dengan menggunakan logo berbentuk perpaduan *logogram* dan *logotype* yang *iconic* yang menjadi ciri khas dari Sekar Mulya. Pada maskot berbentuk perempuan yang menggunakan pakaian tradisional Sidoarjo dengan tangan kiri membawa segerombol buah belimbing wuluh dan tangan kanan mengacungkan jempol.

Kriteria Khusus pada logo dengan bentuk logo huruf S dari lengkungan yang dilengkapi dengan lingkaran kecil pada ujung bagian bawah untuk mempertegas bentuk huruf. Sedangkan pada huruf M terinspirasi dari dua kelopak bunga belimbing wuluh yang bersatu. Kriteria Khusus pada maskot terletak pada motif jarik yang digunakan yaitu motif batik beras wutah khas Sidoarjo. maskot berbentuk wanita jawa dengan pakaian khas Sidoarjo dengan tangan kanan memberi jempol sedangkan tangan kiri membawa buah belimbing wuluh yang diangkat keatas. Pada bagian rambut maskot dibentuk sanggul cemol dengan hiasan yang berbentuk bunga belimbing wuluh. Warna kebaya yang digunakan adalah warna hijau yang menggambarkan warna dari bahan dasar bahan yang digunakan yaitu belimbing wuluh.

3.3 Visualisasi

3.3.1 Data Visual

Adanya studi visual dari data visual yang dipilih bertujuan supaya dapat menemukan karakter yang unik dan memiliki ciri khas untuk pembuatan *brand identity*. Selain itu untuk mendukung media utama juga dirancang maskot. Dengan adanya data visual membantu pembuatan maskot agar lebih mudah dan cepat. Data Visual Logo terdapat pada huruf M terinspirasi dari bentuk kelopak bunga belimbing wuluh.

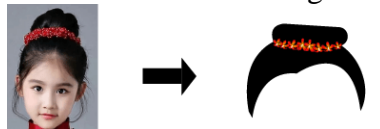


Gambar 5. Bunga belimbing wuluh

Data Visual Maskot terinspirasi dari wanita yang menggunakan baju kebaya tradisional Sidoarjo yang dilengkapi dengan jarik beras Wutah. Selain itu ada beberapa komponen tambahan yang digunakan sebagai pelengkap bagian dari maskot. Berikut beberapa data visual pada maskot ditunjukkan pada gambar 6 dan 7.



Gambar 6. Buah belimbing wuluh



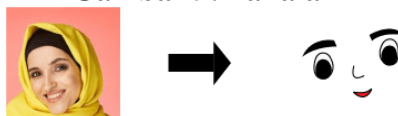
Gambar 7. Kondes



Gambar 8. Ibu jari



Gambar 9. Pakaian



Gambar 10. Ekspresi

3.3.2 Pengembangan Bentuk Logo

Pembentukan logo ini terinspirasi dari nama Sekar Mulya itu sendiri. Gambar 11 menampilkan beberapa desain alternatif yang memunculkan identitas yang berbeda.



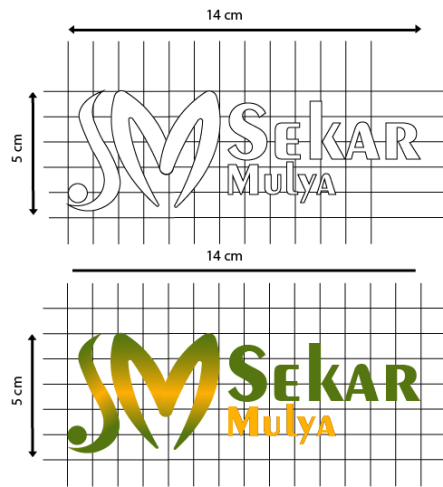
Gambar 11. Perancangan logo UMKM Sekar Mulya

Perancangan ini ingin menampilkan sebuah identitas Sekar Mulya yang berbeda dari para pesaingnya dengan memunculkan sebuah logo baru yang memiliki desain dan bentuk yang unik, sehingga dipilihlah logo alternatif 3 sebagai logo yang terpilih. Bentuk visual huruf S berbentuk lengkungan yang dilengkapi dengan lingkaran kecil pada bagian bawah sebagai mempertegas bentuk huruf S, sedangkan bentuk visual huruf M terinspirasi dari bentuk kelopak bunga belimbing wuluh. Pada samping logo SM dilengkapi dengan kata Sekar Mulya yang menggunakan font Exotc350 Bd BT Bold untuk memperjelas logo tersebut milik Sekar Mulya. Warna pada logo “SM” menggunakan gradasi warna hijau dan orange muda. Sedangkan untuk kata Sekar menggunakan warna hijau dan kata Mulya menggunakan warna Orange.



Gambar 12. Atribut logo

Logo bentuk huruf S dibuat dari lengkungan yang dilengkapi dengan lingkaran kecil dibagian bawah sebagai mempertegas bentuk huruf Snya. Huruf M dibentuk dari gabungan dua kelopak bunga belimbing wuluh yang. Pada kata “Sekar Mulya” penulis menggunakan font Exotc350 Bd BT Bold dengan ukuran yang berbeda antara kata Sekar dengan kata Mulya. Kata Sekar dibuat dengan ukuran lebih besar dari kata Mulya. Desain logo menggunakan dua warna utama yaitu hijau dan orange. Simbol huruf “SM” warna hijau di gradasi dengan warna orange, untuk kata “Sekar” diberiwarna hijau sedangkan kata “Mulya” diberi warna orange.



Gambar 13. *Logogrid*

3.3.3 Pengembangan Bentuk Maskot

Karakter pada maskot menggambarkan perempuan jawa yang dilengkapi dengan baju kebaya khas Sidoarjo berwarna hijau, warna hijau dipilih menggambarkan warna kealamian dari bahan baku yang digunakan. Pada bagian rambut perempuan disanggul cemol atas sebagai ciri khas sanggul Sidoarjo, sebagai pelengkap pada bagian sanggul diberi hiasan dengan bentuk bunga belimbing wuluh. Pada bagian rok atau jarik menggunakan motif batik khas Sidoarjo yaitu beras wutah. Tangan kiri naik ketas dengan memegang segerombol belimbing wuluh untuk menggambarkan bahan baku yang digunakan. Tangan kanan menunjukkan jempol menggambarkan kualitas produk yang bagus. Kaki kiri maskot naik keatas sebagai tanda kebahagiaan dan rasa puas pelanggan pada produk Sekar Mulya.



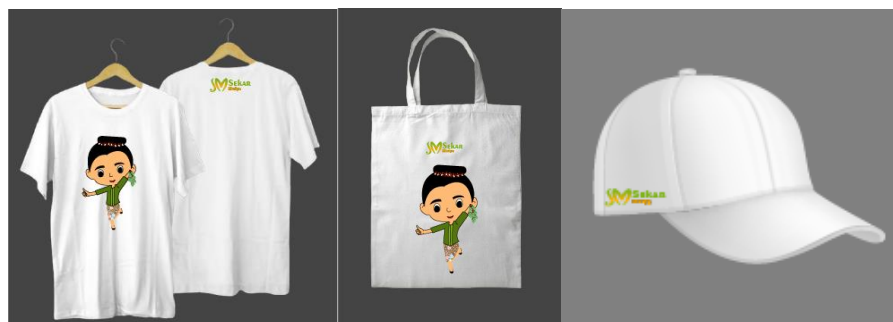
Gambar 14. Sketsa maskot (kiri) dan Visualisasi Maskot (kanan)

c. *X-Banner*



Gambar 18. *X-Banner*

d. *Marchandise*



Gambar 19. *Marchandise* Topi, Totebag, dan Topi

e. *Label Kemasan*



Gambar 20. *Label Kemasan*

f. *Company Profile dan GSM (Graphic Standart Manual)*



Gambar 21. Media Pendukung *Company Profile* dan *Cover GSM*

4. KESIMPULAN

Sekar Mulya merupakan UMKM yang bergerak di bidang makanan dan minuman. Sekar Mulya menjadi merupakan UMKM Pengolah makanan dan minuman yang berbahan dasar dari buah belimbing wuluh. Sekar Mulya terletak di Ds. Mulyodadi RT 05 RW. 03 Kec. Wonoayu Kab. Sidoarjo. Sekar Mulya didirikan Ibu Tyas. Perancangan *brand identity* UMKM Sekar Mulya sebagai media pengenalan identitas dan citra produk ini bertujuan untuk memberikan identitas dan citra terhadap produk sehingga konsumen dapat membedakan produk UMKM Sekar Mulya dengan produk sejenis. Selain itu juga untuk meningkatkan minat konsumen terhadap produk yang akan berdampak pada peningkatan penjualan.

UCAPAN TERIMA KASIH

Ucapan terima kasih penulis sampaikan sebesar-besarnya kepada Tuhan YME, kedua orang tua, hingga civitas Program Studi Desain Komunikasi Visual, Fakultas Teknik Universitas Maarif Hasyim Latif Sidoarjo atas bantuan, dukungan, bimbingan, saran, petunjuk serta dorongan, baik secara moril maupun spiritual.

DAFTAR PUSTAKA

Creswell, John W. 2014. *Research Design, Qualitative, Quantitative, and Mixed Methods Approaches atau Research Design: Pendekatan Metode Kualitatif, Kuantitatif, Dan Campuran*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.

- Mutrofin, Khuriyatul, Adam Nur Muhammad, and Mahmud. 2021. "Peran UMKM Dalam Mempertahankan Ekonomi Jawa Timur Selama Pandemic COVID-19." *El-Idaarah* 1 (2): 1–10.
- Nurkarsa, Aldo Hermaya Aditia. 2020. "Strategi Pemasaran Pada AMIK Bumi Nusantara Cirebon." *Equivalent : Jurnal Sosial Teknik* 2 (1): 1–5.
- Oscario, Angela. 2013. "Pentingnya Peran Logo Dalam Membangun Brand." *Humaniora* 4 (1): 191–202.
- Sanyoto, Sadjiman Ebd. 2010. *Nirmana: Elemen-Elemen Seni Dan Desain*. Yogyakarta: Jalasutra.
- Wheeler, Alina. 2013. *Designing Brand Identity*. 4th ed. New Jersey: John Wiley & Sons, Inc.