

IMPLEMENTASI DESAIN DIGITAL KREATIF UNTUK BRANDING PRODUK BERBASIS MOBILE UNTUK PELAKU UMKM KECAMATAN WELERI KABUPATEN KENDAL

Teguh Setiadi¹, Ayyub Hamdanu Budi Nurmana MS²,
Laksamana Rajendra Haidar Azani Fajri³, Susanti Dwi Ilhami⁴

¹)Program Studi Sistem Komputer, Fakultas Studi Akademik,
Universitas Sains Dan Teknologi Komputer Semarang

²)Program Desain Komunikasi Visual, Fakultas Studi Akademik,
Universitas Sains Dan Teknologi Komputer Semarang

³)Program Studi Sistem Informasi, Fakultas Studi Akademik,
Universitas Sains Dan Teknologi Komputer Semarang

⁴)Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas YPPI Rembang

e-mail: teguh@stekom.ac.id¹, nurmana@stekom.ac.id², haidar@stekom.ac.id³, susantidwiilhami@gmail.com⁴

Abstrak

Kata brand mempunyai arti merek, sedangkan pengertian branding adalah berbagai kegiatan komunikasi yang dilakukan oleh suatu perusahaan dengan tujuan untuk membangun dan membesarkan suatu merek agar lebih dikenal masyarakat. Perusahaan menciptakan suatu merek yang diberi logo agar dikenal di masyarakat. Meski seringkali dengan gaya yang sederhana, logo itu sulit dibuat. Itu karena ini bukan sekadar kombinasi grafis indah dengan font mewah, dengan simbol yang mengidentifikasi bisnis. Membuat logo sendiri mungkin terdengar sulit jika ini pertama kalinya mencoba membuat logo sendiri, Ada beberapa sumber logo yang mudah digunakan untuk membantu pelaku UMKM Kecamatan Weleri membuat logo sendiri. Aplikasi seperti Logo Maker dan template logo bisnis akan membantu pelaku UMKM Kecamatan Weleri untuk mendesain logo Anda sendiri dengan cepat dan profesional. Apapun produknya, fungsi branding adalah memberi ciri khas dan menjadi penanda suatu produk. Dengan demikian, produk akan terus diingat oleh pelanggan begitu selesai melakukan transaksi jual beli. Sehingga memperbesar kunjungan pelanggan kembali membeli produk yang sudah mempunyai merek karena mudah diingat. Kegiatan melatih dan pendampingan membuat poster dalam bentuk digital yang dapat digunakan sebagai media iklan digital

Kata Kunci : Branding, logo, aplikasi Logo Maker, UMKM

Abstract

The word brand means brand, while the meaning of branding is various communication activities carried out by a company with the aim of building and enlarging a brand so that it is better known to the public. The company creates a brand with a logo so that it is known in the community. Even though they are often simple in style, logos are difficult to create. That's because it's not just a combination of beautiful graphics with fancy fonts, with symbols that identify the business. Making your own logo may sound difficult if this is your first time trying to make your own logo. There are several easy-to-use logo sources to help Weleri District MSMEs create their own logos. Applications such as Logo Maker and business logo templates will help Weleri District MSMEs to design your own logo quickly and professionally. Whatever the product, the function of branding is to give a characteristic and become a marker for a product. In this way, the product will continue to be remembered by customers once they complete a buying and selling transaction. So it will increase customer visits again to buy products that already have a brand because they are easy to remember. Training and mentoring activities to create posters in digital form that can be used as digital advertising media

Keywords: Branding, logo, Logo Maker applications, MSMEs

PENDAHULUAN

Dunia industri dan bisnis berkembang dari waktu ke waktu dan melindas setiap elemen yang tidak siap dengan perubahan. Persaingan semakin ketat dan kompetitor semakin mempertajam ruang kompetisi dengan menghadirkan produk-produk yang mirip bahkan menyempurnakan yang sudah ada. Perubahan strategi bisnis untuk menjawab tantangan wajib dilakukan dikarenakan perubahan terjadi di segala lini. Persaingan pada era perdagangan bebas membuat perusahaan berlomba-lomba

menciptakan sebuah produk yang menjadi konsumsi publik dalam skala besar (Muhamad Nastain, 2017). Perusahaan untuk menciptakan suatu brand adalah logo biar terkenal dimasyarakat. Meski seringkali dengan gaya yang sederhana, logo yang sulit dibuat. Itu karena bukan hanya kombinasi grafis cantik dengan font mewah, dengan simbol yang mengidentifikasi sebuah bisnis. Membuat logo anda sendiri mungkin terdengar cukup sulit jika ini adalah pertama kalinya anda mencoba membuat logo anda sendiri, tetapi kami di sini untuk memandu anda setiap langkah (Denny dkk, 2019)

Menurut Kotler, pengertian branding adalah pemberian nama, istilah, tanda, simbol, rancangan, atau kombinasi dari kesemuanya, yang dibuat dengan tujuan untuk mengidentifikasikan barang atau jasa atau kelompok penjual dan untuk membedakan dari barang atau jasa pesaing (Kotler, 2009). Menurut Landa, pengertian branding adalah bukanlah sekedar merek atau nama dagang dari sebuah produk, jasa atau perusahaan. Namun semuanya yang berkaitan dengan hal-hal yang kasa mata dari sebuah merek; mulai dari nama dagang, logo, ciri visual, citra, kredibilitas, karakter, kesan, persepsi, dan anggapan yang ada di benak konsumen perusahaan tersebut (Aat Ruchiat Nugraha, 2015)

Brand identity merupakan asosiasi merek yang unik yang menunjukkan janji kepada konsumen agar menjadi efektif, identitas merek perlu beresonansi dengan konsumen, membedakan merek dari pesaing, dan mewakili sebuah organisasi dari waktu ke waktu (Sri Endah Cahyaningsih, 2016). Brand identity adalah sesuatu yang berbentuk dan dapat dirasakan oleh indera-indera. Setiap orang dapat melihatnya, menyentuhnya, memegangnya, mendengarnya, dan melihat pergerakannya. Brand identity menimbulkan pengakuan, memperkuat perbedaan dan membuat ide-ide besar yang dapat diakses. Brand identity mengambil elemen-elemen yang berbeda dan menyatukannya ke dalam seluruh sistem (Fauzan dkk, 2018). Logo merupakan sebuah istilah awal dari bahasa Yunani, yaitu logos. Sampai saat ini, logo telah mengalami perkembangan pengertian yang signifikan, dari awal yang berarti kata, pikiran, pembicaraan, akal budi sampai berarti yang dikaitkan dengan simbol, citra dan semiotik. Kini, logo seperti sebuah bendera, tanda tangan dan sebuah lambang yang secara langsung tidak menjual, tetapi memberi suatu identitas, informasi, persuasi yang pada akhirnya sebagai alat pemasaran. Logo adalah sebuah simbol atau gambar pengidentifikasi perusahaan tanpa kehadiran nama perusahaan (Ika Nur Solechah, 2019).

Graphic identity atau visual identity adalah artikulasi visual dan verbal dari merek atau grup, termasuk semua aplikasi desain, seperti kop surat, kartu nama dan kemasan. Graphic identity merupakan program yang mengintegrasikan setiap elemen desain grafis termasuk tipografi, warna, media konvensional dan tidak konvensional (Farrah Fathya, 2019). Ada beberapa sumber daya logo yang mudah digunakan untuk membantu anda membuat logo anda sendiri. Aplikasi seperti Logo Maker dan business logo *templates* dari Element dapat membantu anda mendesain logo anda sendiri dengan cepat dan profesional. Apapun produknya fungsi branding adalah memberikan ciri khas dan menjadi penanda bagi suatu produk. Dengan ini, produk akan terus diingat oleh pelanggan begitu mereka selesai dengan transaksi jual beli. Sehingga memperbesar kunjungan pelanggan yang kembali lagi untuk membeli produk yang sudah memiliki brand karena mudah diingat.

Kualitas tujuan saat merancang logo anda sendiri tidak peduli apa pun jenis bisnis yang anda rancang logo, anda lima kualitas utama yang dimiliki semua logo yang dirancang dengan baik, yang harus anda ketahui dan tujuan saat anda mulai membuat logo anda sendiri. 1. Kesederhanaan Ini adalah kunci saat membuat logo yang sukses. Logo sederhana mudah dikenali dan diingat, serta mudah digunakan di berbagai media. Berikut ini ilustrasi kesederhanaan dalam logo. Melalui warna dan citra yang anda gunakan, logo anda harus mencerminkan gambar yang ingin disampaikan perusahaan anda. Anda pastikan logo anda relevan ketika memberikan ide yang baik tentang bisnis anda. Perhatikan simbolisme medis dalam logo psikoanalisis ini, 3. Kekekalan Logo anda harus menghindari agar tidak terlalu trendi sehingga terlihat 10 atau 50 tahun dari hari anda terakhir mengedit. 4. Mudah di Ingat. Inti dari logo anda adalah untuk mengidentifikasi dan membedakan merek, menangkap perhatian pemirsa, dan meninggalkan kesan yang positif dan jangka panjang. Ini cukup beralasan, oleh karena itu logo terbaik harus mudah diingat. 5. Serbaguna, Logo harus serbaguna karena mereka harus bekerja di berbagai media. Anda harus dapat menurunkan atau menurunkannya, menggunakan di media cetak atau di web, dan mereka seharusnya terlihat bagus dalam keadaan apa pun. Pada Logo Perusahaan dan Pengaruh Emosionalnya Pada Konsumen Warna sejak lama diketahui bisa memberikan pengaruh terhadap psikologi, emosi serta cara bertindak manusia. Warna juga menjadi bentuk komunikasi non verbal yang bisa mengungkapkan pesan secara instan dan lebih bermakna yang sering digunakan para marketer atau komunikasi visual yang handal

untuk tujuan branding, sales/penjualan serta marketing perusahaan. Misalnya warna merah berarti gagah atau putih yang dikaitkan dengan kesucian pada pembuatan logo perusahaan [3].

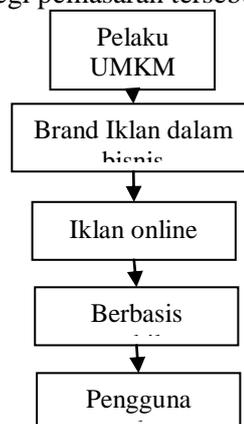
UMKM (Usaha Mikro Kecil dan Menengah) dicanangkan untuk mendongkrak perekonomian Indonesia, serta mengurangi pengangguran dengan menciptakan lapangan pekerjaan sendiri. Dibalik peluang yang dimiliki para UMKM, mereka masih memiliki beberapa permasalahan umum yang dapat dibagi menjadi dua yaitu faktor internal dan eksternal (Setiadi dkk, 2023). Salah satunya Kecamatan Weleri merupakan wilayah yang berada di Kabupaten Kendal Jawa Tengah yang memiliki beberapa pelaku UMKM. Pada pengapdian masyarakat dari survei yang dilakukan dilapangan ada permasalahan yang dihadapi mitra tersebut diantara lain. 1) Kemasan masih sederhana tergolong masih kurang menarik dan Nama label tersebut masih sulit dikenal oleh masyarakat umum 2) Pemasaran yang ditawarkan penjualannya masih konvensional, 3) Kurangnya ketrampilan masyarakat setempat dalam teknologi dibidang iklan digital sebagai promosi, 4) Belum mampu membuat konsep desain kemasan. Kemudian hasil dari kedua metode tersebut dibandingkan dan dikombinasikan untuk mendapatkan alternatif desain kemasan. Hasil dari penelitian re-design kemasan dengan menggunakan kedua metode tersebut. Kegiatan kedua dengan memberikan pelatihan dasar digital kreatif untuk penunjang promosi berkelanjutan. Kegiatan ketiga adalah praktek langsung membuat promosi iklan digital menggunakan smartphone untuk melatih beriklan di media sosial. Kegiatan keempat adalah pelatihan memotret dan membuat video iklan produk yang gunanya menciptakan promosi yang kreatif. Kegiatan kelima melatih dan pendampingan membuat poster dalam bentuk digital yang dapat digunakan sebagai media iklan digital.

METODE

Metode penelitian yang digunakan dalam perancangan brand adalah metode campuran antara obserfasi dan desain. Metode campuran ini menggabungkan metode observasi dan wawancara sebagai data kualitatif dengan metode survei sebagai data kuantitatif. Secara khusus, metode yang digunakan adalah metode eksploratoris sekuensial. Metode ini dapat dilakukan dengan melakukan interview kualitatif terlebih dahulu untuk mendapatkan penjelasan-penjelasan yang memadai, lalu diikuti dengan metode survei kuantitatif dengan sejumlah sampel untuk memperoleh suatu hasil (Ilhami, 2022). Penelitian akan dilakukan dengan melakukan wawancara pada objek dan studi literatur menggunakan sistem penelitian *client based*, serta di akhir penelitian akan dilengkapi dengan metode kuantitatif melalui pembagian kuesioner kepada target *audience*.

1. Tujuan untuk mengkonsep dari banding
 - a) Untuk membentuk persepsi masyarakat
 - b) Membangun rasa percaya masyarakat kepada brand
 - c) Membangun rasa cinta masyarakat kepada brand
2. Branding Dalam Bisnis

Perkembangan Iklan untuk merek dalam bisnis, berbisnis salah satu langkah penting yang harus diambil adalah menentukan jenis media apa yang akan dipilih untuk melakukan kegiatan pemasaran (Setiadi dkk, 2023). Masing-masing memang memiliki keunggulan dan kekurangan tersendiri. Perbandingan antara iklan digital dengan konvensional memang sangatlah signifikan. Dan mungkin Anda sudah paham dan siap menentukan media iklan apa yang akan digunakan. Namun bukan berarti strategi pemasaran konvensional tidak lagi efektif dan efisien jika digunakan. Akan lebih baik jika Anda bisa mengintegrasikan kedua strategi pemasaran tersebut.



Gambar 1. Iklan secara online

Kegiatan yang telah dilakukan adalah pertama, meningkatkan kesadaran dan motivasi UMKM akan arti pentingnya meningkatkan legalitas usaha baik yang bersifat badan usahanya, perkumpulan organisasi maupun legalitas produknya. Menurut Purwaningsih dkk. (2018) kebanyakan UMKM adalah home industry yang kemudian merangkas menjadi badan usaha dan badan hukum. Kegiatan kedua adalah mendampingi UMKM dalam membuat merek dagang, juga produk UMKM perlu diberikan sertifikasi baik ijin edar (NIE) dan PIRT khusus makanan minuman olahan home industry maupun dalam bentuk perlindungan kekayaan intelektual dalam hal ini utamanya merek. Sistem Hak Kekayaan Intelektual merupakan hak privat (private rights). Seseorang bebas untuk mengajukan permohonan atau mendaftarkan karya intelektualnya atau tidak. Hak eksklusif yang diberikan Negara kepada individu pelaku Hak Kekayaan Intelektual (inventor, pencipta, pendesain dan sebagainya) tiada lain dimaksudkan sebagai penghargaan atas hasil karya (kegiatan kreatifitas) nya dan agar orang lain terangsang untuk dapat lebih lanjut mengembangkannya lagi, sehingga dengan sistem Hak Kekayaan Intelektual tersebut kepentingan masyarakat ditentukan melalui mekanisme pasar (Hastuti, 2019).

Pendampingan ini dipilih karena, merek merupakan bagian terpenting dari suatu produk. Merek dapat menjadi nilai tambah suatu produk. Menurut Kotler & Keller (2009), manfaat merek adalah untuk menyederhanakan penelusuran atau penanganan suatu produk, menawarkan perlindungan hukum bagi suatu perusahaan untuk fitur-fitur atau aspek unik dari suatu produk, merepresentasikan bagian properti hukum yang sangat berharga, sangat mempengaruhi kepercayaan konsumen, dan memberikan keamanan pendapatan untuk masa depan yang lebih langgeng. Merek juga berfungsi untuk membedakan produksi, produk, dan jasa suatu perusahaan dengan perusahaan lain yang sama atau sejenis. Merek menjamin nilai (kualitas) dari produk dan jasa yang bersangkutan, memberi perlindungan dan jaminan kualitas produk dan jasa, sebagai sarana promosi bagi produsen, pedagang, atau perusahaan-perusahaan yang memperdagangkan barang/produk atau jasa, sebagai simbol untuk memperluas pasar, serta merangsang pertumbuhan industri dan perdagangan yang sehat dan menguntungkan semua pihak (Haryadi, 2010)



Gambar 2. Pendampingan pelatihan desain produk

Pada pengembangannya ada empat tahapan yaitu *attribute*, *identity*, *positioning*, *value* yang harus dilakukan untuk dapat mengembangkan brand dengan tahap metode ini. Tahapan-tahapan yang dilakukan praktek membuat desain dapat dilihat pada gambar 1 sebagai berikut ini.



Gambar 3. Praktek mendesain branding produk UMKM mandiri

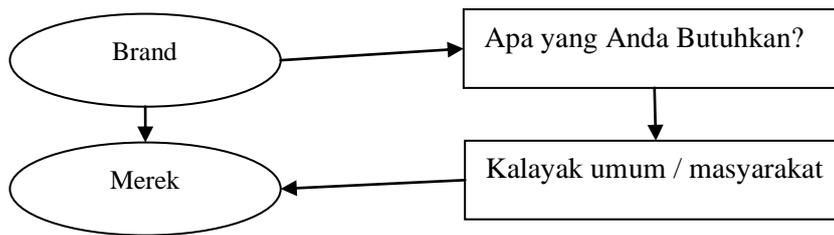
HASIL DAN PEMBAHASAN

Perancangan dengan konsep dasar branding antara lain menyiapkan bebera desain kasar dari kata-kata sampai implementasi kedalam perancangan desain berbasis *mobile*, dibawah ini beberapa tahapan untuk menrancangan desain branding.

Tahapan awal konsep dasar branding

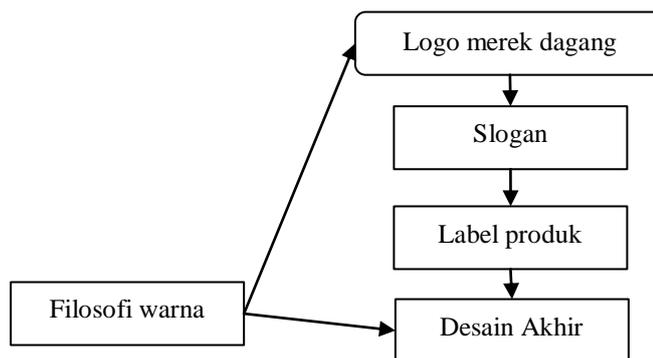
1. Nama merek atau *brand*
2. Logo (logo type, monogram, bendera)
3. Tampilan visual (desain produk, desain kemasan, desain seragam, dan lain sebagainya)
4. Juru bicara (co-founder, mascot, tokoh perusahaan, orang terkenal)
5. Suara (lagu tematik, icon bunyi/ nada)
6. Kata-kata (slogan, tagline, jingle, akronim)

Perancangan konsep yang harus diperkuat adalah tujuannya brand salah satunya



Gambar 4. Proses Perancangan konsep merek logo

Proses pembahasan awal adalah pembuatan stilasi dari beberapa teknik konsep desain logo. Konsep perancangan logo dibuat dalam bentuk yang sederhana dan elegan, tapi dapat menjadi kekhasan dari nilai keindahan atau unsur estetika. Perancangan logo untuk desain merek dimulai dari pembuatan stilasi berdasarkan dari konsep verbal maupun visual yang telah dibuat. Setelah mendapatkan beberapa alternatif stilasi, maka dilanjutkan dengan proses penggabungan stilasi-stilasi menjadi sebuah sketsa kasar. Terdapat teknik awal dengan mengimplemantasikan dari semua masakan yang diambil adalah dengan tema Bakso adalah kuliner yang disukai banyak orang atau peminatnya rata menengah bawah sampai dengan menengah atas semuanya mempunyai rasa ingin mencoba dari keenakan kuliner tersebut, setelah itu dilanjutkan pada tahap digital. Proses pembuatan stilasi sampai hasil digital logo dapat dilihat pada gambar dibawah ini [8].



Gambar 5. Proses pembuatan stilasi sampai hasil digital logo

A. Desain digital kreatif berbasis mobile

Pada dasarnya perangan berbasis mobil dengan menggunakan aplikasi yang terdapat di smartphone dapat di unduh di googleplaystore yaitu logo maker, pada teknik konsep awal denga mengarah beberapa tahapan karena untuk membuta logo tentang kuliner yaitu bakso tekniknya dari konsep dapat dijelaskan sebagai berikut ini.

- a) Kesederhanaan
- b) warna mencerminkan perusahaan

c) Mudah di Ingat

Pada tabel dibawah ini konsep yang harus dicari untuk slogan atau kata-kata yang mudah di ingat dan juga sederhana.

Tabel 1. Konsep kata-kata

Makanan kuliner	Kata-kata/ slogan
	<ul style="list-style-type: none"> a) Enak b) Lezat c) Sueger d) Makyuss e) Mantap

Langkah selanjutnya diambil kata-kata yang sesuai untuk slogannya salah satunya dengan slogan “BAKSO SUEGER” maka konsep utama untuk menggabungkannya dengan beberapa konsep dengan pemilihan kata-kata tersebut.

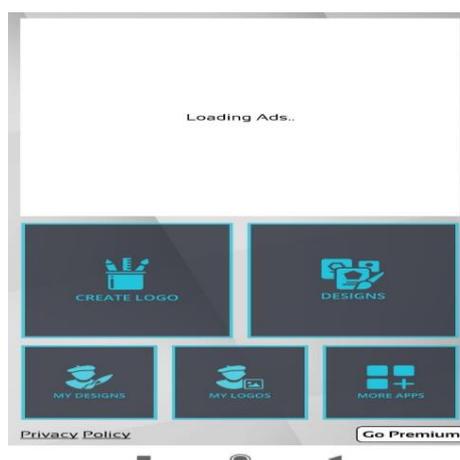
Tahapan untuk desain sebagai berikut

1. Unduh di playstore / pembuat logo kreatif
 Buka dihp dengan klik seperti dibawah ini :
<https://play.google.com/store/apps/details?id=com.zmobileapps.logomaker&hl=in>
2. Selanjutnya dengan unduh terlebih dahulu dihp agar terinstal diperangkat mobile.



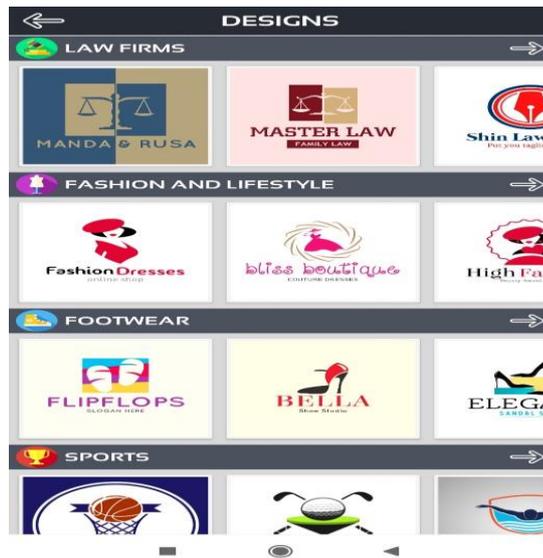
Gambar 6. Aplikasi logo maker dapat diunduh

3. Setelah hasilnya terinstal dapat digunakan dengan klik logo maker tampilan sebagai berikut ini.



Gambar 7. Aplikasi logo maker create logo

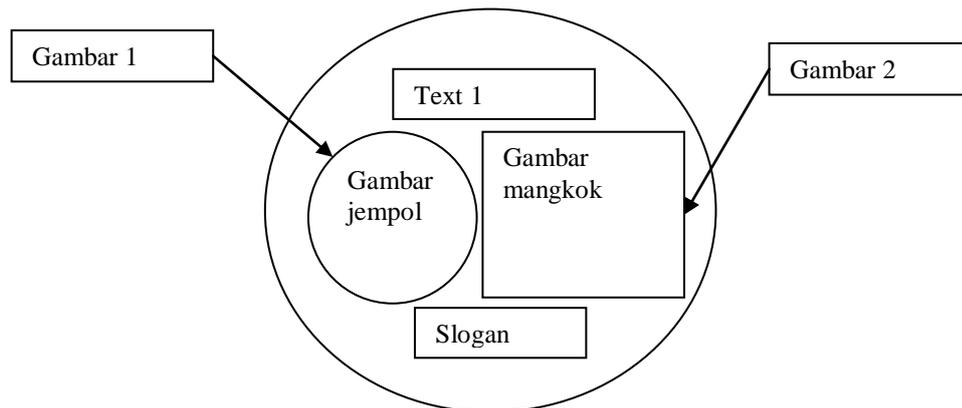
4. Sekarang tinggal pengoperasiannya dengan beberapa penggunaan salahsatunya klik bagian desain maka akan tampil sebagai berikut.



Gambar 8. Aplikasi logo maker bagian design

B. Desain konsep layout Logo

- Selanjutnya proses dari desain logo “BAKSO SUEGER” tahapannya tinggal dibuka aplikasinya, tapi sebelum membuat disiapkan terlebih dahulu konsep layout secara kasarnya sebagai berikut.



Gambar 9. Konsep layout secara kasar

- Pada konsep gambar kasar diatas dengan mencari beberapa gambar yang belakangnya tanpa background atau transparant dengan mencari di internet bisa di unduh di alamat <https://www.pngdownload.id/> jadi dapat diketik gambar-gambar yang mempunyai ekstensi *png.

Tabel. 2 Pemilihan gambar untuk konsep desain kasarnya

Gambar 1	Gambar 1	Keterangan
		Gambar-gambar dengan *png bisa diunduh di https://www.pngdownload.id/

- Teknik selanjutnya tahapan desain dengan menggunakan logo maker pilih tahapan 1 untuk memasukkan dari gambar yang sudah di unduh sebelumnya, pilih desain dan masukkan ke tahapan 2 untuk proses editing sampai proses pemilihan warna dengan merah gradasi oranye selanjutnya tahapan 3 untuk hasil akhirnya, untuk belih jelas dapat dijabarkan dibawah ini.

Tabel. 3 Perancangan desain berbasis mobile

Tahapan 1	Tahapan 2	Tahapan 3
		
		

Hasil akhir dari pelatihan digital kreatif untuk branding produk berbasis mobile untuk pelaku UMKM Kecamatan Weleri Kab Kendal, berjalan dengan lancar dan hasil implementasi branding berbasis mobile dapat digunakan dan di implemtasikan dengan baik oleh pelaku UMKM.



Gambar 9. Kegiatan akhir PKM bersama Pelaku UMKM

SIMPULAN

Berdasarkan hasil kegiatan dapat disimpulkan bahwa sebagian besar pelaku UMKM Kecamatan Weleri bahwa memiliki merek/brand akan menguntungkan usaha Anda karena lebih mudah dikenali oleh calon pelanggan. Sehingga juga lebih mudah untuk di pilih pelanggan karena produknya bermerek yang artinya kualitasnya tidak diragukan lagi dibandingkan dengan produk yang tidak bermerek (belum dikenal). Apapun produknya fungsi branding memberikan ciri khas dan menjadi penanda bagi suatu produk. Dengan ini, produk dapat terus diingat oleh pelanggan begitu mereka selesai dengan transaksi jual beli. Sehingga memperbesar kunjungan pelanggan yang kembali lagi untuk membeli produk yang sudah memiliki brand karena mudah diingat. Mempengaruhi Psikologi Pembeli branding juga mampu menyihir psikologis seorang pembeli. Sebab dengan memberikan merek akan membuat pelanggan berpikir jika produk tersebut terlihat bagus dan profesional. Berbanding yang dihasilkan dari pelaku UMKM dengan memilih produk yang dijual bebas.

SARAN

Berharap kedepannya mau mencoba dan belajar untuk melakukan branding, jangan hanya terpaku pada teksbook saja namun harus mempraktekannya dilapangan agar ide dan konsep Branding itu dapat berkembang menjadi lebih baik. Saat ini branding menjadi semakin mudah, ini adalah eranya kalian memanfaatkan media yang saat ini berkembang untuk digunakan, sesekali kalian harus terjun ke

lapangan bagaimana membuat branding produk agar kalian mengetahui prosesnya seperti apa, selain itu jika untuk melakukan branding pada sebuah produk, ini menjadi portofolio yang menarik.

UCAPAN TERIMA KASIH

Tim dari Pengabdian kepada Masyarakat mengucapkan banyak terima kasih kepada semua pelaku UMKM di Kecamatan Weleri yang telah memberikan ijin yang telah mendukung program kegiatan tersebut, serta pihak ketua LPPM Universitas STEKOM memberi dukungan pengabdian masyarakat sehingga menjadikan kegiatan ini dapat terlaksana dengan baik.

DAFTAR PUSTAKA

- Aat Ruchiat Nugraha, (2015); Pengaruh Design Logo Baru Bumud Yang Berbasis Kearifan Lokal Terhadap Citra Perusahaan, *Jurnal Makna* Vol. 5 No. 1 hal: 1-17
- Denny Wirawan, Peni Pratiwi, Birmanti Setia Utami, (2019); Perancangan Brand Identity Band Cool And The Gang, *Jurnal Imajinasi* Vol. XIII No. 1 - Januari 2019, hal : 58-69
- Fauzan Agung, Zubaidah, Riri Trinanda, (2018); Redesain Logo Usaha Roti Dan Kue Anita Payakumbuh, *Karya Akhir Prodi Desain Komunikasi Visual*, hal 1-17
- Hastuti, I. (2019). Perlindungan Hukum bagi Pemilik Merek Terkenal berdasarkan Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi Geografis. *Hukum dan Dinamika Masyarakat*, 16(2), 174-184.[http](http://dx.doi.org/10.36356/hdm.v16i2.1026)
- Ilhami, S. D., & Setiadi, T., (2022); Penguatan Produk "Dapur Riswi" Guna Meningkatkan Penjualan Melalui Peningkatan Strategi Pemasaran. *Jurnal Aplikasi Dan Inovasi Ipteks" SOLIDITAS"(J-SOLID)*, 5(2), 202-210.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2009). *Manajemen Pemasaran Jilid 1. Edisi Ketiga Belas. Terjemahan Bob Sabran*. Jakarta: Penerbit Erlangga
- Muhamad Nastain, (2017); Branding Dan Eksistensi Produk (Kajian Teoritik Konsep Branding Dan Tantangan Eksistensi Produk), *Jurnal Channel* , Vol. 5, No. 1, April 2017, hal. 14-26 ISSN: 23389176
- Sri Endah Cahyaningsih, (2016); Peningkatan Kemampuan Memahami Konsep Warna Melalui Metode Proyek, *Jurnal Penelitian Pendidikan Indonesia (JPPI)* ISSN 2477-2240 (Media Cetak) Vol. 1, No. 3, Juli 2016 hal : 2477-3921 (Media Online)
- Setiadi, T., Fajri, L. R. H. A., & Ilhami, S. D., (2023); Penerapan Sistem Informasi Untuk survei Marketplace dalam Bisnis Keatif UMKM Berbasis E-commerce. *Jurnal Ilmiah Sistem Informasi*, 2(2), 16-29
- Setiadi, T., Rajendra, L., & Ilhami, S. D. , (2023); PENERAPAN KONTEN DIGITAL UNTUK MENDUKUNG STRATEGI PROMOSI UNTUK PELAKU UMKM KECAMATAN WELERI KABUPATEN KENDAL. *Community Development Journal: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 4(2), 3837-3842.
- Setiadi, T., & Syukur, A., (2020); A Designing Haji Portion Financing Advertising as a Media Promotion with Direct Marketing Method at Kospin Sekartama. *Pixel: Jurnal Ilmiah Komputer Grafis*, 13(2), 94-101.
- Ika Nur Solechah, (2019); Diunduh dari: <https://www.herosoftmedia.co.id/iklan-digital-vs-iklan-konvensional/>
- Farrah Fathya, (2019); 5 Alasan Mengapa Strategi Branding (Sangat) Penting bagi Bisnis Anda, Diunduh dari: <https://blog.sribu.com/id/strategi-branding-bisnis-anda/>
://dx.doi.org/10.36356/hdm.v16i2.1026