



**PEMBUATAN *BRAND IDENTITY* UNTUK MENINGKATKAN
BRAND VALUE GULA AREN PAK PARNO DI DESA WISATA
BRANJANG, KECAMATAN UNGARAN BARAT, KABUPATEN
SEMARANG**

TUGAS AKHIR

Diajukan sebagai Salah Satu Syarat untuk Memperoleh Gelar Sarjana Terapan
Program Studi Informasi dan Humas Sekolah Vokasi
Universitas Diponegoro

Oleh:

Dinar Esti Maharani

40020621650025

**PROGRAM STUDI INFORMASI DAN HUMAS
SEKOLAH VOKASI
UNIVERSITAS DIPONEGORO
2025**

HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS

Dengan sebenarnya, penulis menyatakan bahwa Tugas Akhir ini tidak mengambil bahan dari publikasi atau tulisan orang lain kecuali yang sudah disebutkan dalam rujukan dan dalam Daftar Pustaka.

Nama : Dinar Esti Maharani

NIM : 40020621650025

Tanda Tangan :



Tanggal : 14 Agustus 2025

HALAMAN PERSETUJUAN

TUGAS AKHIR
PEMBUATAN *BRAND IDENTITY* UNTUK MENINGKATKAN
***BRAND VALUE* GULA AREN PAK PARNO DI DESA WISATA**
BRANJANG, KECAMATAN UNGARAN BARAT,
KABUPATEN SEMARANG

Oleh :

Dinar Esti Maharani

40020621650025

Semarang, 06 Agustus 2025

Disetujui oleh,



Dosen Pembimbing

Dr. Dra. Liliek Budiastuti, M.Si

NIP. 196201311987032001

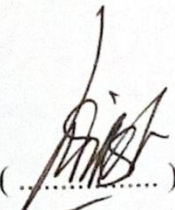
HALAMAN PENGESAHAN

Tugas Akhir ini diajukan oleh : Dinar Esti Maharani
NIM : 40020621650025
Program Studi : Informasi dan Humas
Konsentrasi : Hubungan Masyarakat
Judul Tugas Akhir : Pembuatan *Brand Identity* Untuk
Meningkatkan *Brand Value* Gula Aren Pak
Parno Di Desa Wisata Branjang, Kecamatan
Ungaran Barat, Kabupaten Semarang

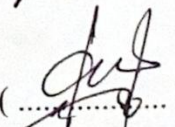
Telah berhasil dipertahankan di hadapan Tim Penguji dan diterima sebagai bagian persyaratan yang diperlukan untuk memperoleh gelar sarjana Terapan (STr.) pada Program Studi Informasi dan Humas Sekolah Vokasi, Universitas Diponegoro.

TIM PENGUJI

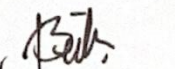
Pembimbing : Dr. Dra. Liliek Budiastuti, M.Si
NIP. 196201311987032001

()

Penguji I : Nur Laili Mardhiyani, S.I.Kom., M.I.Kom
NIP. 199003172019032014

()

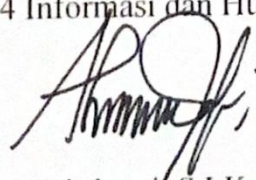
Penguji II : Rachela Belinda Fatharani, M.I.Kom
NIP. 199608182024062002

()

Semarang, 6 Agustus 2025

Ketua Program Studi

D4 Informasi dan Humas

()

Arifa Rachma Febriyani, S.I.Kom., M.I.Kom.

NIP. 199202122020122022

MOTTO DAN PERSEMBAHAN

MOTTO :

Everything Happens for A Reason

“Setiap hal, baik maupun sulit, hadir dengan alasannya sendiri. Entah untuk mengajarkan, menguatkan, atau mengarahkan kita ke tempat yang lebih baik. Maka, percaya pada proses adalah kunci. Tetaplah bermimpi besar, dan jangan takut bekerja keras. Sebab dunia adalah tempat untuk berjuang,”

PERSEMBAHAN :

Tugas Akhir ini saya dedikasikan kepada:

1. Allah SWT, atas segala limpahan rahmat dan kasih-Nya yang senantiasa menyertai hingga saya dapat menuntaskan pendidikan di Universitas Diponegoro.
2. Kedua orang tua tercinta, serta adik kandung saya, yang selalu memberikan dukungan penuh, kasih sayang tanpa batas, serta menjadi sumber semangat dalam setiap langkah kehidupan saya.
3. Seluruh civitas akademika Universitas Diponegoro yang saya hormati, terutama kepada para dosen yang telah mendampingi dengan penuh dedikasi dan memberikan bimbingan luar biasa dalam proses penyelesaian Tugas Akhir ini.

UCAPAN TERIMA KASIH

Puji dan syukur penulis ucapkan ke hadirat Allah SWT atas segala rahmat dan Karunia-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan tugas akhir ini dengan baik. Penulis menyadari bahwa tugas akhir ini tidak akan dapat terselesaikan tanpa dukungan, bantuan, dan doa dari berbagai pihak. Oleh karena itu, dengan segala kerendahan hati, penulis menyampaikan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada :

1. Allah SWT. Sang Maha Pengasih dan Penyayang, yang telah melimpahkan berkah dan karunia-Nya, sehingga segala proses penyusunan tugas akhir ini dapat berjalan lancar dan tanpa hambatan dan rintangan yang berarti.
2. Kedua orang tua tercinta, Ibu Yati dan Bapak Wahyudi, serta adik tersayang, Gissalo. Terima kasih penulis ucapkan atas segala pengorbanan dan ketulusan yang diberikan. Meskipun Ibu dan Bapak tidak sempat merasakan pendidikan di bangku perkuliahan, namun selalu senantiasa memberikan yang terbaik, tak kenal lelah mendoakan, mengusahakan, memberikan dukungan, serta memprioritaskan pendidikan anak-anaknya. Untuk Gissalo, adik yang penulis sayangi, terima kasih telah menjadi pengingat agar penulis tidak pernah lelah belajar dan bertumbuh. Semoga kelak, penulis bisa menjadi panutan yang membanggakan, yang bukan hanya hadir sebagai saudara, tapi juga sebagai teman belajar dan berbagi semangat dalam menghadapi masa depan.
3. Bapak Prof. Dr. Ir. Budiyono, M.Si., selaku Dekan Sekolah Vokasi Universitas Diponegoro, atas dukungan dan arahannya selama masa studi.
4. Mbak Arifa Rachma Febriyani, S.I.Kom., M.I.Kom., selaku Ketua Program Studi Sarjana Terapan Informasi dan Humas, atas bimbingan dan arahannya selama proses penyusunan tugas akhir ini.
5. Ibu Dr. Dra. Liliek Budiastuti, M.Si., selaku Dosen Pembimbing yang dengan sabar dan teliti serta telah memberikan upaya terbaik dalam

memberikan bimbingan, arahan, dan dukungan serta memotivasi kepada penulis yang tak henti-hentinya, sehingga penulis dapat menyelesaikan tugas akhir ini dengan baik.

6. Mbak Nur Laili Mardhiyani, S.I.Kom., M.I.Kom., selaku Dosen Penguji 1, dan Mbak Rachela Belinda Fatharani, M.I.Kom., selaku Dosen Penguji 2 atas perhatian, saran, dan kritik yang diberikan demi penyempurnaan tugas akhir ini.
7. Bapak/Ibu dosen pengajar di Program Studi Informasi dan Hubungan Masyarakat, Sekolah Vokasi Universitas Diponegoro, atas segala ilmu dan pengalaman yang telah diberikan selama masa studi.
8. Pak Parno dan keluarga, terima kasih yang sebesar-besarnya penulis haturkan atas kesediaan Bapak dan keluarga menjadi klien dalam tugas akhir ini. Terima kasih telah mempercayakan proses kreatif ini kepada penulis, dan menjadikannya pengalaman yang sangat berarti, untuk perjalanan hidup penulis ke depannya.
9. Seluruh pengurus UMKM dan BUMDes Desa Wisata Branjang, terima kasih atas kerja sama dan sambutan hangat yang telah diberikan. Secara khusus, penulis ingin menyampaikan rasa hormat dan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada Mas Jumarno dan Mas Yuda, yang dengan sabar dan penuh semangat telah meluangkan waktu, tenaga, serta pikiran untuk mendampingi penulis.
10. Muhammad Ridwan Effendi, sebagai *partner* sejak tahun 2023. Terima kasih selalu sabar dalam menemani, membantu, meluangkan waktunya, tenaga dan pikirannya, serta memberikan dukungan dan motivasinya selama dua tahun ini hingga penulis berhasil menyelesaikan Tugas Akhir di perguruan tinggi ini.
11. Para rekan seperjuangan di Angkatan 2021, khususnya Puji, Salma, Silvy, Isnani, dan Riri, serta teman-teman “Geng Plecit”, Casuk, Sofi, Kamal, dkk., yang tidak bisa penulis sebutkan satu per satu. Terima kasih selalu memberikan dukungan dan motivasi sejak semester satu. Semoga apa pun

jalan yang kita pilih setelah ini, kita terus melangkah dengan versi terbaik dari diri kita masing-masing.

12. Kepada sahabat-sahabat luar biasa yang penulis temui selama perjalanan studi di University of Pécs, khususnya Vio, Yoshino, Elisabeth, Nichole, Virág, Judit, Darin, dan Mohammed. Terima kasih karena telah percaya pada penulis, untuk semua dukungan, pelukan hangat, dan kata-kata penuh semangat yang kalian berikan di saat penulis hampir menyerah. *May our paths cross again!*
13. Ucapan terima kasih juga disampaikan kepada seluruh pihak yang tidak dapat disebutkan satu per satu, yang telah memberikan motivasi, dukungan, dan bantuan dalam berbagai bentuk, sehingga penulis dapat menyelesaikan tugas akhir ini dengan baik.
14. Terakhir tidak lupa, kepada diri saya sendiri. Meskipun memiliki latar belakang ekonomi keluarga yang tidak sempurna, terimakasih sudah memilih untuk bertahan dan berjuang untuk menggapai mimpi-mimpinya, hingga bisa menyelesaikan tugas akhir ini. Bagaimanapun kehidupanmu selanjutnya, apapun hasilnya, hargai dirimu, rayakan dirimu dan berbahagialah atas segala proses yang dilalui.

Penulis menyadari bahwa dalam penyusunan dan penulisan tugas akhir ini masih terdapat kekurangan yang disebabkan oleh keterbatasan, kemampuan, dan pengetahuan yang penulis miliki. Semoga penulisan tugas akhir ini dapat memberikan manfaat dan kebaikan sebagai langkah awal untuk mewujudkan tujuan bersama.

Semarang, 28 Juli 2025

Penulis,

Dinar Esti Maharani

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur penulis panjatkan kepada Allah SWT yang telah memberikan Rahmat dan nikmat-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan Tugas Akhir dengan judul “Produksi *Brand Identity* Untuk Meningkatkan *Brand Value* Gula Aren Pak Parno Di Desa Wisata Branjang, Kecamatan Ungaran Barat, Kabupaten Semarang”. Tugas Akhir ini membahas mengenai proses penciptaan *Brand Identity* untuk meningkatkan *Brand Value* bagi produk UMKM Gula Aren Pak Parno.

Tugas Akhir ini merupakan sebuah bentuk pertanggung jawaban atas terlaksananya pembuatan karya di UMKM Gula Aren Pak Parno dengan luaran pembuatan *brand identity* yang meliputi pembuatan logo dan *tagline*, penentuan komposisi warna, pembuatan kemasan *standing pouch* dan kemasan plastik, pembuatan *leaflet*, serta pembuatan *standing banner*.

Proses penyusunan Tugas Akhir ini tentu tidak luput dari bimbingan dan arahan dari berbagai pihak, terutama dosen pembimbing dan civitas akademik Program Studi Sarjana Terapan Informasi dan Humas. Penulis mengucapkan terima kasih untuk seluruh pihak yang telah memberikan bimbingan, arahan, masukan, motivasi, serta bantuan, sehingga penulis dapat menyelesaikan Tugas Akhir ini.

Pembahasan dari karya tugas akhir ini terdapat 5 BAB yang terdiri dari:

BAB I PENDAHULUAN: Diawali dengan membahas latar belakang masalah mengenai persebaran UMKM di Jawa Tengah, khususnya di Kabupaten Semarang yang di mana salah satunya adalah UMKM Gula Aren Pak Parno yang belum memiliki *brand identity*. Serta dijelaskan rumusan masalah untuk menciptakan luaran karya tugas akhir berupa pembuatan logo, *tagline*, kemasan, *leaflet*, dan *standing banner*, serta pendistribusian ke toko oleh-oleh dan galeri produk UMKM untuk meningkatkan *brand value*.

BAB II KAJIAN PUSTAKA: Pada kajian pustaka berisi mengenai kajian karya terdahulu yang relevan dengan pembahasan dalam karya tugas akhir dan terdapat beberapa teori yang menguatkan dalam penulisan tugas akhir ini.

BAB III METODE: Pada bab ini berisi mengenai diagram alur pembuatan karya, metode pelaksanaan, konsep penciptaan karya, tata cara pembuatan karya, *timeline* pelaksanaan dan rancangan anggaran dana pelaksanaan karya tugas akhir.

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN: Pada bab ini menjelaskan gambaran umum permasalahan, analisis masalah, dan pembahasan hasil dalam upaya meningkatkan *brand value* UMKM Gula Aren Pak Parno, serta proses pembuatan karya dilakukan dalam tiga tahapan yaitu pra produksi, produksi, dan pasca produksi.

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN: Pada bab ini dijelaskan mengenai kesimpulan dan saran dari hasil produksi karya bidang.

ABSTRAK

Pelaku UMKM di desa kerap menghadapi tantangan dalam meningkatkan nilai jual produk dan memperluas pasar, terutama karena keterbatasan dalam hal kemasan dan identitas merek yang kuat. Salah satu contoh kasus tersebut terjadi pada UMKM Gula Aren Pak Parno di Desa Wisata Branjang, Kabupaten Semarang. Produk ini memiliki kualitas unggul, namun belum memiliki identitas visual dan strategi promosi yang mendukung daya saing di pasar oleh-oleh modern. Tugas akhir ini bertujuan untuk merancang *brand identity* yang dapat meningkatkan nilai merek (*brand value*) sekaligus memperluas jangkauan pemasaran produk Gula Aren Pak Parno. Proses yang dilakukan meliputi riset pasar, penyusunan elemen *brand identity* (logo, kemasan, *leaflet*, *standing banner*), dan strategi promosi visual. Setelah implementasi, terjadi peningkatan nilai jual sebesar 200% per kilogram dan produk berhasil masuk ke tiga toko oleh-oleh di Semarang, yaitu Toko Oleh-Oleh Wingko Babat Cap “Kapal Terbang”, Toko Oleh-Oleh Wingko Babat Chandra, dan Toko Oleh-Oleh Anterah Teuku Umar, serta dipamerkan secara permanen di galeri produk UMKM Desa Wisata Branjang. Hasil ini menunjukkan bahwa *brand identity* tidak hanya memperkuat persepsi konsumen terhadap kualitas produk, tetapi juga menjadi strategi efektif untuk meningkatkan daya saing dan memperluas pasar UMKM lokal.

Kata Kunci: UMKM, identitas merek, nilai merek, promosi visual, gula aren, toko oleh-oleh

ABSTRACT

MSME (Micro, Small, and Medium Enterprises) actors in rural areas often face challenges in increasing product value and expanding their market reach, mainly due to limitations in packaging and strong brand identity. One such case occurred with "Gula Aren Pak Parno", an MSME based in Branjangan Tourism Village, Semarang Regency. Although the product boasts excellent quality, it previously lacked a visual identity and promotional strategy to support its competitiveness in the modern souvenir market. This final project aimed to design a brand identity that could enhance the brand value and marketing reach of Gula Aren Pak Parno. The process involved market research, development of brand identity elements (logo, packaging, leaflet, standing banner), and a visual promotion strategy. After implementation, the product's selling price increased by 200% per kilogram and successfully entered three souvenir stores in Semarang: Wingko Babat "Kapal Terbang," Wingko Babat Chandra, and Anterah Teuku Umar. It is also now permanently showcased at the MSME product gallery in Branjangan Tourism Village. These results demonstrate that brand identity not only strengthens consumer perception of product quality but also serves as an effective strategy to enhance competitiveness and broaden the market for local MSMEs.

Keywords: UMKM, brand identity, brand value, visual promotion, palm sugar, souvenir store

DAFTAR ISI

HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS	i
HALAMAN PERSETUJUAN	ii
HALAMAN PENGESAHAN	iii
MOTTO DAN PERSEMBAHAN	iv
UCAPAN TERIMA KASIH	v
KATA PENGANTAR	viii
ABSTRAK	x
ABSTRACT	xi
DAFTAR ISI	xii
DAFTAR GAMBAR	xiv
DAFTAR TABEL	xvi
DAFTAR LAMPIRAN	xvii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	14
1.3 Tujuan	14
1.4 Manfaat	15
1.4.1 Bagi Mahasiswa	15
1.4.2 Bagi UMKM	15
1.4.3 Bagi Masyarakat	15
1.5 Luaran	15
BAB II KAJIAN PUSTAKA	16
2.1 Kajian Karya Terdahulu	16
2.2 Kajian Teori	19
2.2.1 <i>Public Relations</i>	19
2.2.2 Identitas Merek (<i>Brand Identity</i>)	21
2.2.3 Penggunaan <i>Brand Identity</i>	39
2.2.4 <i>Brand Value</i>	43

BAB III METODE PENGKARYAAN	45
3.1 Klien Karya Bidang.....	45
3.1.1 Profil UMKM.....	45
3.1.2 Target Pasar	46
3.2 Konsep Penciptaan Karya	46
3.3 Metode Produksi <i>Brand Identity</i>	47
3.3.1 Pra Produksi	48
3.3.2 Produksi	48
3.3.3 Pasca Produksi	50
3.4 Jenis Karya Bidang	50
3.4.1 Logo	51
3.4.2 <i>Tagline</i>	56
3.4.3 Implementasi Brand Identity.....	57
3.5 Timeline Pelaksanaan.....	62
3.6 Rancangan Anggaran Dana	63
3.7 <i>Key Performance Indikator (KPI)</i>	63
3.8 Keberlanjutan Karya	64
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN.....	65
4.1 Gambaran Umum Permasalahan.....	65
4.2 Analisis Masalah	65
4.3 Proses Pembuatan Karya Bidang	66
4.3.1 Pra Produksi	66
4.3.2 Produksi	78
4.3.3 Pasca Produksi	86
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....	104
5.1 Kesimpulan	104
5.2 Saran.....	105
DAFTAR PUSTAKA	106
LAMPIRAN.....	110

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1.1 Produk Gula Aren Pak Parno	5
Gambar 1.1.2 Kemasan satu kilogram Gula Aren Pak Parno	6
Gambar 1.1.3 Kemasan Gula Aren Nira Sari sebagai Kompetitor	9
Gambar 2.2.2.2.1 Brand Architecture	24
Gambar 2.2.2.4.1 Kegiatan Pengumpulan Informasi	35
Gambar 2.2.2.4.2 Logo Canva (nbkomputer.com).....	37
Gambar 2.2.2.4.3 Logo CorelDRAW (artofit.org)	37
Gambar 3.3.2.1 Cetakan Gula Aren	49
Gambar 3.4.1.1 Penentuan Vektor Desain Logo	51
Gambar 3.4.1.2 Pembuatan Desain menggunakan Bezier Tool Inkscape.....	52
Gambar 3.4.1.3 Penentuan font menggunakan Canva	53
Gambar 3.4.3.1.1 Mockup Desain Kemasan Tampak Depan	58
Gambar 3.4.3.1.2 Mockup Desain Kemasan Tampak Belakang.....	58
Gambar 3.4.3.1.3 Mockup Desain Kemasan Plastik.....	59
Gambar 3.4.3.2.1 Desain Leaflet Sisi 1	60
Gambar 3.4.3.2.2 Desain Leaflet Sisi 2	60
Gambar 3.4.3.3.1 Mockup Desain Standing Banner.....	61
Gambar 4.3.1.1 Sketsa Logo Gula Aren Pak Parno	67
Gambar 4.3.1.2 Color Palette Identitas Gula Aren Pak Parno	67
Gambar 4.3.1.3 Final Logo Gula Aren Pak Parno	68
Gambar 4.3.1.4 Mockup Awal Sisi Depan Kemasan Standing Pouch.....	70
Gambar 4.3.1.5 Mockup Akhir Sisi Depan Kemasan Standing Pouch.....	71
Gambar 4.3.1.6 Mockup Awal Sisi Belakang Kemasan Standing Pouch	71
Gambar 4.3.1.7 Mockup Akhir Sisi Belakang Kemasan Standing Pouch	72
Gambar 4.3.1.8 Desain Awal Kemasan Plastik.....	73
Gambar 4.3.1.9 Desain Akhir Kemasan Plastik.....	73
Gambar 4.3.1.10 Desain Awal Leaflet	74
Gambar 4.3.1. 11 Desain Akhir Leaflet	74
Gambar 4.3.1.12 Mockup Awal Standing Banner.....	76
Gambar 4.3.1.13 Mockup Akhir Standing Banner.....	77
Gambar 4.3.2.1.1 Proses Penyesuaian Ukuran Gula Aren	78
Gambar 4.3.2.2.1 Sertifikat Penerbitan PIRT Gula Aren Pak Parno.....	79
Gambar 4.3.2.3.1 Preview Desain Kemasan Sebelum Dicitak	80
Gambar 4.3.2.3.2 Hasil Cetak Kemasan Standing Pouch Gula Aren Pak Parno ..	81
Gambar 4.3.2.3.3 Hasil Cetak Kemasan Plastik Gula Aren Pak Parno	82
Gambar 4.3.2.3.4 Hasil Cetak Leaflet Gula Aren Pak Parno	82
Gambar 4.3.2.3.5 Hasil Cetak Standing Banner Gula Aren Pak Parno	83

Gambar 4.3.2.4.1 Sample Produk Gula Aren Pak Parno	84
Gambar 4.3.2.5.1 Foto Produk Kemasan Gula Aren Pak Parno	86
Gambar 4.3.3.1.1 Tampak Depan Toko Wingko Babat Cap “Kapal Terbang”	87
Gambar 4.3.3.1.2 Gula Aren Pak Parno di Display Oleh-Oleh Wingko Babat Cap “Kapal Terbang”	88
Gambar 4.3.3.1.3 Tampilan Display Toko Oleh-Oleh Wingko Babat Cap “Kapal Terbang” Secara Menyeluruh.....	88
Gambar 4.3.3.1.4 Tampak Depan Toko Wingko Babat Chandra	89
Gambar 4.3.3.1. 5 Gula Aren Pak Parno di Display Oleh-Oleh Wingko Babat Chandra	90
Gambar 4.3.3.1.6 Tampilan Display Toko Oleh-Oleh Wingko Babat Chandra Secara Menyeluruh.....	90
Gambar 4.3.3.1.7 Tampak Depan Toko Oleh-Oleh Anterah	91
Gambar 4.3.3.1.8 Gula Aren Pak Parno di Display Oleh-Oleh Anterah.....	92
Gambar 4.3.3.1.9 Tampilan Display Toko Oleh-Oleh Anterah Secara Menyeluruh	92
Gambar 4.3.3.1.10 Penyerahan Produk Gula Aren dan Media Promosi kepada Ketua UMKM Desa Wisata Branjang.....	93
Gambar 4.3.3.1.11 Café Strombo Creative Space Desa Wisata Branjang	94
Gambar 4.3.3.1.12 Gula Aren Pak Parno di Meja Display UMKM Desa Wisata Branjang	94
Gambar 4.3.3.1.13 Tampilan Display UMKM Desa Wisata Branjang	95
Gambar 4.3.3.3.1 Review Hasil Penjualan Gula Aren oleh Pak Edi, Pemilik Toko Oleh-Oleh Wingko Babat Cap “Kapal Terbang”	98
Gambar 4.3.3.3.2 Review Hasil Penjualan Gula Aren oleh Bu Wati, Pemilik Toko Oleh-Oleh Wingko Babat Chandra	99
Gambar 4.3.3.4.1 Penyerahan Hasil Karya kepada Pak Parno, selaku Pemilik UMKM Gula Aren	100
Gambar 4.3.3.4.2 Review Jumarno, Selaku Ketua UMKM Desa Wisata Branjang	101

DAFTAR TABEL

TABEL 1.1.1 PERBEDAAN GULA AREN DAN GULA JAWA.....	3
TABEL 1.1.2 ANALISIS SWOT	10
TABEL 2.2.2.1.1 MANFAAT BRANDING UNTUK CUSTOMER DAN SUPPLIER	22
TABEL 3.5.1 TIMELINE	62
TABEL 3.6.1 RANCANGAN ANGGARAN DANA	63
TABEL 4.2.1.1 PERUBAHAN LAYOUT DAN DESAIN LEAFLET.....	75

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Data Penyebaran UMKM Kabupaten Semarang Tahun 2023	110
Lampiran 2. Penggunaan Dana Akhir	111
Lampiran 3. Surat Pernyataan HKI.....	112