

DAFTAR PUSTAKA

- Adhika Wibowo, B. S. (2020). Perancangan Visual *Brand identity* Tukang Sayoer Online Sebagai Upaya Menaikkan *Brand Awareness*. *Jurnal Dimensi DKV Seni Rupa dan Desain, Volume 5, Nomor 2*. <https://ejournal.trisakti.ac.id/index.php/seni/article/view/7951>. Diakses pada 17 Maret 2025.
- Akbar, M. A., Evadianti, Y., & Asniar, H. (2021) *Public relations*. Ikatan Guru Indonesia. <https://books.google.co.id/books?id=hLljEAAAQBAJ>. Diakses pada 16 Maret 2025.
- Alfiansyah, R. (2024). Strategi Peningkatan *Brand Awareness* Untuk Membentuk *Brand Recognition* dan *Brand identity* Pada UMKM Di Desa Kebonturi. *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat Nusantara*, 5(1), 625-632. <https://ejournal.sisfokomtek.org/index.php/jpkm/article/view/2765/1921>. Diakses pada 1 April 2025.
- Andreas Tigor Oktaga, P. A. (2025). Peran logo sebagai simbol identitas, kreativitas, dan penunjang online marketing UMKM Batik Mangklek. *Jurnal Pengabdian dan Kemitraan Masyarakat*, 3(2), 14–26. <https://ejurnalqarnain.stisnq.ac.id/index.php/ALKHIDMAH/article/view/121>. Diakses pada 16 Maret 2025.
- Ariel. (2025). Sektor UMKM Masih Jadi Penggerak Utama Ekonomi Jateng. Prov: <https://dprd.jatengprov.go.id/sektor-umkm-masih-jadi-penggerak-utama-ekonomi-jateng/#:~:text=Di%20Jateng%20sendiri%2C%20sektor%20UMKM,%2C%20lembaga%20keuangan%2C%20dan%20akademisi>. Diakses pada 5 Maret 2025.
- Dinas Koperasi dan Usaha Mikro Kota Semarang. (2020, Januari 17). *Jumlah UMKM fashion di Kota Semarang tahun 2020–2024*. Retrieved from <https://data.semarangkota.go.id:https://data.semarangkota.go.id/datasektoral/detail/11467>. Diakses pada 10 Juli 2025.
- Ditjen Perbendaharaan Kemenkeu RI. (2024, Desember 09). Retrieved from Ditjen PerbendaharaanKemenkeuRI:<https://djpb.kemenkeu.go.id/kppn/watampone/id/profil/309-artikel/3796-mendorong-pertumbuhan-ekonomi-lewat-kur-dan-insentifumkm.html#:~:text=UMKM%20merupakan%20sektor%20yang%20mendominasi,dari%2065%20juta%20unit%20usaha>. Diakses pada 5 Maret 2025.

- Firmansyah, M. A., & Se, M. (2019). Buku pemasaran produk dan merek. Buku Pemasaran Produk Dan Merek, August, 336. <https://umkmdkerens.depok.go.id/cms/api/Master/application/pdf/63zdj1r70lk56xvug1712044573.pdf>. Diakses pada 17 Maret 2025
- Fitria, Y., & Darmanto, R. V. (2023). Analisis visual perubahan tipografi pada logotype Telkomsel. *Jurnal Ilmiah Wahana Pendidikan*, 9(10), 806-816. <https://doi.org/10.5281/zenodo.8060013>. Diakses pada 20 Agustus 2025.
- Hasdi Syahid Kasim, S. P. (2024). “Pelatihan *Brand identity* untuk Meningkatkan Kesadaran Merek dan Daya Saing UMKM”. *Jurnal Pengabdian Masyarakat Unusra*, 1(1), 8-17. <https://jurnal.unusultra.ac.id/index.php/jurdimas/article/view/84>. Diakses pada 11 Maret 2025.
- Irvine. (2020). Perancangan *Brand identity* dan Media Sosial Triversa Sebagai Sarana Meningkatkan *Brand Awareness*. *Jurnal Barik Vol. 3 No. 3*, 221-235. Diakses pada 17 Maret 2025
- Islam, I. R. (2021). Perancangan *Brand identity* Dan Media Sosial Triversa Sebagai. *Jurnal Barik, Vol. 3 No. 3*, 221-235. Diakses pada 12 Maret 2025.
- Iswanto, R. (2023). Perancangan Buku Ajar Tipografi. *Jurnal Desain Komunikasi Visual Nirmana*, Vol. 23, No. 2, 123-129. <https://doi.org/10.9744/nirmana.23.2.123-129>. Diakses pada 20 Maret 2025.
- Mustakim, P. (2024). Pengaruh Digital Marketing dan *Brand Awareness* Terhadap Keputusan Pembelian Pada Produk Perumda Dharma Jaya Provinsi DKI Jakarta. *Jurnal Administrasi Bisnis Vol 6 No 1*. <https://jurnal.stialan.ac.id/index.php/jbest/article/view/772> Diakses pada 9 April 2025.
- Nyoman Subudiartha, C. S. (2024). “Perancangan Logo Dan Desain Kemasan MOGU Cookies Sebagai Identitas Visual”. *Jurnal Pendidikan Seni dan Budaya*. <https://e-journal.iahn-gdepudja.ac.id/index.php/JWS/article/view/2056> Diakses pada 11 Maret 2025.
- Ray, I., & Islam, M. A. (2022). Perancangan *Brand identity* dan Media Sosial Triversa Sebagai Sarana untuk Meningkatkan *Brand Awareness*. *BARIK Jurnal S1 Desain Komunikasi Visual*, 3(3), 221-235. <https://ejournal.unesa.ac.id/index.php/JDKV/article/view/48236/40291>. Diakses pada 12 Maret 2025.
- Reynaldy Setyo Nugroho, G. G. (2021). *Implementasi Pembentukan Brand identity Berbasis Kebudayaan Reyog Ponorogo Dalam City Branding Kabupaten Ponorogo*. *Commerciums*, Volume 4 Nomor 1, 61-74.

file:///C:/Users/SOFT_ZONE/Downloads/mutiah,+39493-Article+Text-58863-1-11-20210527.pdf. Diakses pada 17 Maret 2025.

- Rintan. (2023). Pengaruh *Brand Awareness* dan *Brand Trust* terhadap Keputusan Pembelian Fried Chicken pada Allbaik Chicken Cabang Sawah Lebar Kota Bengkulu. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis Vol 2 No 2*. <https://jurnal.unived.ac.id/index.php/er/article/view/2059>. Diakses pada 13 April 2025.
- Salsabilla, Y. A. (2023). Pengaruh Penggunaan Slogan Pada Iklan Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Teh Botol Sosro Dengan Mediasi Kesadaran Merek. *Jurnal Penelitian Ekonomi Manajemen dan Bisnis, 2(4)*, 244–259. *E-Jurnal Politeknik Pratama+1Buletin+1*. <https://ejurnal.politeknikpratama.ac.id/index.php/jekombis/article/view/2594>. Diakses 19 Maret 2025.
- Silviani, I. (2020). *Public relations* Sebagai Solusi Komunikasi Krisis. Scopindo Media Pustaka. <https://books.google.co.id/books?id=OyrbDwAAQBAJ&printsec=cpyrig&hl=id#v=onepage&q&f=false>. Diakses pada 16 Maret 2025.
- Taufik, Y., Marlina, M., & Syifa, S. (2024). Analisis Membangun Identitas Merek Pada Instragram PT. Gerbang Sinergi Prima. *Innovative: Journal Of Social Science Research, 4(6)*, 5119-5128. <https://j-innovative.org/index.php/Innovative/article/view/16730/11426>. Diakses pada 11 Maret 2025.
- Vensy Vydia, A. N. (2025). "Peningkatan Keterampilan Merancang Identitas Visual Pada Produk UMKM Binaan Serabut Nusa Berdaya Kabupaten Semarang-Ungaran". *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat Vol.2 No 1*. <https://ejournal.unhasy.ac.id/index.php/dinamis/article/view/5865>. Diakses pada 11 Maret 2025.
- Wardhana, A. (2022). *Brand image dan Brand Awareness*. Dalam S. A. Sitorus, N. A. Romli, C. P. Tingga, N. P. Sukanteri, S. E. Putri, A. P. Kurniawan Gheta, & Y. Primasanti Ed.), *Brand marketing: The art of branding* (hlm. 105 119). CV. Media Sains Indonesia. [https://eprints.unmas.ac.id/id/eprint/2937/1/3.%20Buku%20Book%20Chapter%2020%20BRAND%20MARKETING%20THE%20ART%20OF%20BRANDING%20\(1\).pdf](https://eprints.unmas.ac.id/id/eprint/2937/1/3.%20Buku%20Book%20Chapter%2020%20BRAND%20MARKETING%20THE%20ART%20OF%20BRANDING%20(1).pdf). Diakses pada 21 Maret 2025.
- Wheeler. (2023). *Designing Brand identity: An Essential Guide for the Whole Branding Team* (6th ed.). Wiley. <https://books.google.co.id/books?id=uSNHAAAAQBAJ&printsec=copyright&hl=id#v=onepage&q&f=false>. Diakses pada 15 April 2025.

- Widya, L. A. D., & Darmawan, A. J. (2019). Pengantar desain grafis.
<https://repositori.kemendikdasmen.go.id/26631/1/PengantarDesainGrafis.pdf>.
Diakses pada 18 Maret 2025.
- Witanto, A. P. (2023). *Tagline*, Persepsi dan Perilaku Konsumen. Buletin Psikologi, 9(6). Jakarta: Buletin.
<https://buletin.k-pin.org/index.php/arsip-artikel/1243-tagline-persepsi-dan-perilaku-konsumen>. Diakses pada 19 April 2025.
- Wulandari, N. (2024). Strategi Komunikasi Visual Dalam Membentuk *Brand IdentityClothing*. Malang: UMM Press.
<https://eprints.umm.ac.id/id/eprint/8470>. Diakses pada 20Maret 2025.
- Zahara, G. J. (2023). "Perancangan Logo UMKM Punya Rasa Sebagai Upaya Meningkatkan *Brand Awareness*". *Jurnal Indonesia Sosial Sains*, 2(02), 215-. 222,11.<https://repository.nusaputra.ac.id/id/eprint/1033/1/GALANG%20JATI%20ZHAHARA%20.pdf>. Diakses pada 13 Maret 2025.