

DAFTAR PUSTAKA

- Abbas, W., Amin, A., Prawira, M. R., & Antuli, R. R. (2023). Penguatan UMKM di Desa Sumberjo Melalui Program 3P: Pembuatan Brand, NIB, dan Pendampingan Sertifikasi Halal. *Yumary: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 4(2), 193–202. <https://doi.org/10.35912/yumary.v4i2.2536>
- Azzahra, C., & Alviani, A. L. (2025). *Optimalisasi daya saing: pelatihan perancangan desain logo dan kemasan produk UMKM lokal*. 3(2), 55–67.
- Chairiyah, U., & Achmad, F. (2022). PENGARUH KOMUNIKASI VISUAL DESAIN GRAFIS BUKU MIZAN TERHADAP MINAT BACA ANAK. *Jurnal Ilmu Komunikasi*, 12(1), 53–67. <https://doi.org/10.33367/psi.v1i2.295>
- Evita, A., & Ali, A. (2023). *Pemanfaatan Media Sosial Oleh Public Relations Banban Tea Untuk Pembentukan Citra Merek*. 10(1), 468–475.
- Ismail, K., Rohmah, M., & Ayu Pratama Putri, D. (2023). Peranan UMKM dalam Penguatan Ekonomi Indonesia. *Jurnal Neraca: Jurnal Pendidikan Dan Ilmu Ekonomi Akuntansi*, 7(2), 208–217. <https://doi.org/10.31851/neraca.v7i2.14344>
- Morissin, B., & Fikri, A. A. H. S. (2025). View of Digitalisasi UMKM sebagai Strategi Meningkatkan Daya Saing di Era Ekonomi Digital. <https://Journal.Stekom.Ac.Id/Index.Php/Bisnis>, 18, 289–299.
- Nurjayanti, & Arifin, I. (2025). IMPLEMENTASI STRATEGI DIGITAL *BRANDING* MELALUI MEDIA SOSIAL DI INDONESIA. *Jurnal Ilmu Pemerintahan & Ilmu Komunikasi*, 10(1), 1–23. <https://doi.org/http://dx.doi.org/10.35329/mitzal.v10i1.6104>
- Octavianingrum, A., Nur Hidayati, D., & Rining Nawangsari, E. (2023). Strategi *Branding* Membangun *Brand Identity* Pada UMKM. *Jurnal Pengabdian kepada Masyarakat Nusantara (JPkMN)*, 4, 1829–1836. <https://doi.org/http://doi.org/10.55338/jpkmn.v4i3>.

- Pangastuti, R. L., Ruhamak, M. D., Ade, J. Y. C., Viona, I. P., & Febiola, E. (2025). Pelatihan Pemberian Tagline atau Judul Pada Sebuah Konten yang Menarik Untuk Jualan Pada Karang Taruna Perkasa Kelurahan Sukorame Kota Kediri. *Jurnal Pengabdian Masyarakat Manage*, 6(1), 9–14.
- Rinaldi, M., Pertiwi, A. B., & Satyadharna, I. G. N. W. (2023). Perancangan *Brand Identity* Bandung Communication and Community (Bdgcom_Unity). *Jurnal Informatika Ekonomi Bisnis*, 5(4), 1193–1198. <https://doi.org/10.37034/infeb.v5i4.749>
- Rukmini, A., Pujimulyani, D., Laswati, D. T., & Utami, K. S. (2025). *SINERGI HEPTAHELIX UNTUK PENGUATAN BRANDING DAN DAYA SAING PENGOLAH EMPON-EMPON DESA BANYURADEN*. 6(1), 492–506. <https://jurnal.upnyk.ac.id/index.php/prosidingLPPM/article/view/15900>
- Salman, S., & Sholihah, D. D. (2024). Pemanfaatan Desain *Banner* Guna Meningkatkan Ketertarikan Konsumen Pada UMKM Kelurahan Gunung Anyar Tambak. *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat Nusantara (JPkMN)*, 5(2), 2179–2184. <https://doi.org/http://doi.org/10.55338/jpkmn.v5i2.2536>
- Saputri, R. N. J., Nadiya, B., Anjarwati, T., Septianti, A., & Reviandani, O. (2025). Peran Dinas Koperasi Dalam Optimalisasi *E-menu* Sebagai Sarana Pemberdayaan UMKM di Sidoarjo. *Future Academia: The Journal of Multidisciplinary Research on Scientific and Advanced*, 3(2), 1008–1036. <https://doi.org/10.61579/future.v3i2.519>
- Sari, I. (2025). URGENSI DAN FUNGSI MEREK DALAM DUNIA BISNIS DEMI TERJAMINNYA PERLINDUNGAN HAK ATAS KEKAYAAN INTELEKTUAL (HAKI). *Jurnal Ilmiah M-Progress*, 15(1), 23–36. <https://doi.org/https://doi.org/10.35968/m-pu.v15i1.1390>
- Satiti, W. S., Umardiyah, F., Hidayatulloh, F., Munfarida, N. F., Fatmawati, M., & Hanafi, A. (2022). Pelatihan Desain Grafis Menggunakan Aplikasi Canva untuk Remaja di Desa Kalikejambon. *Informatika: Jurnal Pengabdian*

Masyarakat, 3(3), 105–109.

<https://doi.org/https://doi.org/10.32764/abdimasif.v3i3.3260>

Suprayitno, H., Andari, B., & Ahmad, R. (2024). *Strategi Branding untuk Penguatan Identitas UMKM Blitar: Tinjauan dan Implementasi*. 5(1), 2723–8121. <https://doi.org/https://doi.org/10.54209/jasmien.v5i01.662>

Syaifudin, A. A., & Sutinnarto. (2023). MEMBANGUN *PERSONAL BRANDING* DAN KEMAMPUAN PUBLIC SPEAKING UNTUK PENGEMBANGAN KARIR MASA DEPAN PEMUDA. *Abdi Makarti*, 2(2), 127–135.

Wibowo, D. W., Zahro, A., Rahayu, P. Y., & Huda, M. (2025). Brand dan Public Relation: Sebuah Kajian Konseptual dalam Konteks Indonesia. *JOURNAL OF ADMINISTRATIVE AND SOCIAL SCIENCE*, 6(2), 32–44. <https://doi.org/10.55606/jass.v6i2.1867>