



**PRODUKSI *BRAND IDENTITY* UNTUK MENINGKATKAN  
*BRAND AWARENESS* UMKM BATIK MANGROVE MEKAR CANTING  
KAMPUNG LAUT KABUPATEN CILACAP**

**TUGAS AKHIR**

Disusun sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan studi pada  
Program Studi Sarjana Terapan (STr.) Informasi dan Humas  
Konsentrasi : *Public Relations*

**JELITA NINDIA LAKSITA**

**40020622650008**

**PROGRAM STUDI INFORMASIDAN HUMAS**

**SEKOLAH VOKASI**

**UNIVERSITAS DIPONEGORO**

**SEMARANG**

**2026**



**PRODUKSI *BRAND IDENTITY* UNTUK MENINGKATKAN  
*BRAND AWARENESS* UMKM BATIK MANGROVE MEKAR CANTING  
KAMPUNG LAUT KABUPATEN CILACAP**

**TUGAS AKHIR**

Disusun sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan studi pada  
Program Studi Sarjana Terapan (STr.) Informasi dan Humas  
Konsentrasi : *Public Relations*

**JELITA NINDIA LAKSITA**

**40020622650008**

**PROGRAM STUDI INFORMASIDAN HUMAS**

**SEKOLAH VOKASI**

**UNIVERSITAS DIPONEGORO**

**SEMARANG**

**2026**

## HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS

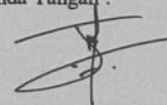
### HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS

Yang bertanda tangan di bawah ini saya Jelita Nindia Laksita menyatakan bahwa Tugas Akhir dengan Judul : Produksi *Brand Identity* Untuk Meningkatkan *Brand Awareness* UMKM Batik Mangrove Mekar Canting Kampung Laut Kabupaten Cilacap merupakan hasil karya saya sendiri dalam Tugas Akhir ini tidak terdapat pendapat yang telah ditulis atau dipublikasikan orang lain, kecuali secara tertulis dicantumkan sebagai acuan dalam naskah dengan disebutkan nama pengarang dan dicantumkan dalam Daftar Pustaka.

Nama : Jelita Nindia Laksita

NIM : 40020622650008

Tanda Tangan :



Tanggal : 26 Juni 2026

## HALAMAN PERSETUJUAN LAPORAN TUGAS AKHIR

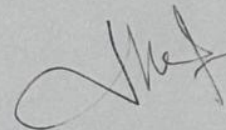
### HALAMAN PERSETUJUAN LAPORAN TUGAS AKHIR

Judul : Produksi *Brand Identity* Untuk Meningkatkan *Brand Awareness* UMKM  
Batik Mangrove Mekar Canting Kampung Laut Kabupaten Cilacap.  
Nama : Jelita Nindia Laksita  
NIM : 40020622650008

Laporan Tugas Akhir Tersebut disetujui dan dinyatakan layak untuk diuji.

Semarang, 8 Juni 2026

Dosen Pembimbing



Irene Syebatia Bumi, M.I.Kom

NIP. 199111262024062001

## HALAMAN PENGESAHAN

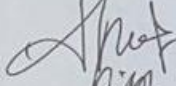


### HALAMAN PENGESAHAN

Tugas Akhir ini diajukan Oleh :

Nama : Jelita Nindia Laksita  
NIM : 40020622650008  
Program Studi atau Konsentrasi : S.Tr Informasi dan Humas  
Judul Tugas Akhir : Produksi *Brand Identity* Untuk Meningkatkan *Brand Awareness* UMKM Batik Mangrove Mekar Canting Kampung Laut Kabupaten Cilacap.

Telah dinyatakan berhasil di hadapan Tim Penguji dan diterima untuk melengkapi persyaratan menjadi Sarjana Terapan pada program Diploma IV (S1 Terapan) Informasi dan Hubungan Masyarakat Departemen Informasi dan Budaya Sekolah Vokasi Universitas Diponegoro.

### TIM PENGUJI

Pembimbing : Irene Syebatia Bumi, M.I.Kom  
NIP. 199111262024062001 (  )  
Penguji I : Dr. Dra. Liliek Budiastuti Wiratmo, M.Si.  
NIP. 1962013119871032001 (  )  
Penguji II : Nabila Putri Aldira, S.I.Kom., M.Si  
NIP. 199507162024062002 (  )

Semarang, 1 Juli 2026

Ketua Program Studi S.Tr. Informasi dan Humas



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

NIP. 199202122020122022

## KATA PENGANTAR

Berkat limpahan rahmat dan anugerah Allah SWT, penyusunan Tugas Akhir penulis yang berjudul “**Produksi *Brand Identity* untuk Meningkatkan *Brand Awareness* UMKM Batik Mangrove Mekar Canting Kampung Laut Kabupaten Cilacap**” dapat diselesaikan dengan baik dan lancar.

Penyusunan Tugas Akhir ini dilatarbelakangi oleh pentingnya *brand identity* yang kuat bagi UMKM, khususnya Batik Mangrove Mekar Canting Kampung Laut Cilacap. Meskipun memiliki keunikan pada produk dan nilai budaya, identitas merek yang dimiliki belum optimal dalam membangun citra dan memperluas jangkauan pasar. Oleh karena itu, produksi *brand identity* dilakukan untuk memperkuat karakter merek, meningkatkan daya tarik visual, serta mendukung upaya promosi agar produk lebih dikenal dan memiliki daya saing di pasar.

Penyelesaian Tugas Akhir ini tidak dapat dicapai tanpa keterlibatan dan dukungan dari berbagai pihak. Bimbingan, arahan, serta perhatian yang diberikan oleh dosen pembimbing, dosen penguji dan seluruh civitas akademika Program Studi memiliki peran penting dalam proses pengerjaan karya ini. Oleh karena itu, penulis menyampaikan terima kasih kepada semua pihak yang telah memberikan bantuan, masukan, dorongan, serta dukungan sehingga penulis dapat menyelesaikan Tugas Akhir ini dengan lancar.

Pembahasan karya tugas akhir ini disusun ke dalam lima bab, yaitu :

### **BAB I PENDAHULUAN**

Bab ini menjelaskan mengenai pentingnya keberadaan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) sebagai salah satu sektor yang berperan dalam mendorong pertumbuhan ekonomi di berbagai wilayah di Indonesia. Dalam tugas akhir ini, penulis mengangkat salah satu UMKM yang bergerak di bidang kerajinan batik, yaitu UMKM Batik Mangrove Mekar Canting Kampung Laut. UMKM tersebut menghasilkan batik dengan motif yang terinspirasi dari lingkungan ekosistem mangrove. Namun demikian, dalam proses pengembangan produknya masih dibutuhkan penguatan pada aspek identitas merek dan desain kemasan. Permasalahan tersebut menjadi latar belakang bagi penulis untuk merancang *brand identity* berupa

logo dan tagline, serta mengimplementasikannya pada desain kemasan *Sliding Box* dan *Paper bag* serta banner sebagai media pendukung produk Batik Mangrove Mekar Canting. Karya ini diharapkan mampu meningkatkan *brand awareness* sekaligus memperkuat identitas visual produk batik mangrove di masyarakat.

## **BAB II KAJIAN PUSTAKA**

Bab ini memuat pembahasan mengenai karya-karya terdahulu yang berkaitan dengan topik tugas akhir serta landasan teori yang mendukung proses penciptaan karya.

## **BAB III METODE PENGKARYAAN**

Bab ini menjelaskan mengenai klien karya bidang, yaitu UMKM Batik Mangrove Mekar Canting, yang meliputi profil klien, sasaran pasar, konsep karya, jenis karya yang dihasilkan, tahapan proses penciptaan karya, indikator keberhasilan karya, keberlanjutan karya, rencana anggaran biaya, serta jadwal pelaksanaan tugas akhir.

## **BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN**

Bab ini menguraikan gambaran umum permasalahan yang dihadapi oleh UMKM Batik Mangrove Mekar Canting Kampung Laut, analisis terhadap permasalahan tersebut, proses penciptaan karya, serta pembahasan hasil desain yang telah dibuat sebagai upaya memperkuat identitas merek dan meningkatkan *brand awareness* produk batik mangrove. Selain itu, bab ini juga menjelaskan berbagai kendala yang muncul selama proses pengerjaan serta tanggapan dari pihak klien terhadap karya yang telah dihasilkan.

## **BAB V KESIMPULAN DAN SARAN**

Bab ini berisi rangkuman atau kesimpulan dari seluruh proses penciptaan karya tugas akhir yang telah dilakukan, serta saran yang diharapkan dapat menjadi bahan pertimbangan dalam pengembangan UMKM Batik Mangrove Mekar Canting Kampung Laut di masa mendatang.

## UCAPAN TERIMAKASIH

Dengan rahmat dan karunia Allah SWT, proses penyusunan tugas akhir yang berjudul “Produksi *Brand Identity* untuk Meningkatkan *Brand Awareness* UMKM Batik Mangrove Mekar Canting Kampung Laut Kabupaten Cilacap” dapat diselesaikan dengan baik. Karya tugas akhir ini disusun sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Terapan Program Studi Informasi dan Hubungan Masyarakat di Sekolah Vokasi Universitas Diponegoro. Diharapkan tugas akhir ini dapat memberikan manfaat serta menambah wawasan, khususnya yang berkaitan dengan pengembangan identitas merek bagi UMKM batik.

Selama proses penyusunan tugas akhir ini, banyak pihak yang telah memberikan dukungan, arahan, serta motivasi sehingga seluruh rangkaian kegiatan dapat berjalan dengan baik. Oleh karena itu, penulis ingin menyampaikan rasa terima kasih yang sebesar-besarnya kepada berbagai pihak yang telah membantu dan memberikan dukungan dalam penyelesaian tugas akhir ini, yaitu :

1. Allah SWT yang senantiasa melimpahkan rahmat, pertolongan, serta kemudahan sehingga penulis mampu melalui seluruh proses penyusunan tugas akhir ini hingga dapat diselesaikan dengan baik.
2. Papah dan Mamah tercinta yang selalu memberikan doa, kasih sayang, dukungan, serta semangat yang tidak pernah putus kepada penulis selama menempuh pendidikan hingga penyelesaian tugas akhir ini.
3. Prof. Dr. Suharnomo, S.E., M.Si., selaku Rektor Universitas Diponegoro Semarang.
4. Prof. Dr. Ir. Budiyo, M.Si., selaku Dekan Sekolah Vokasi Universitas Diponegoro.
5. Mba Arifa Rachma Febriyani, S.I.Kom., M.Kom., selaku Ketua Program Studi Sarjana Terapan Informasi dan Hubungan Masyarakat Sekolah Vokasi Universitas Diponegoro yang telah memberikan arahan selama masa perkuliahan.

6. Mba Jazimatul Husna, S.IP., M.IP., selaku Sekretaris Program Studi Sarjana Terapan Informasi dan Hubungan Masyarakat Sekolah Vokasi Universitas Diponegoro.
7. Mba Irene Syebatia Bumi, M.I.Kom., selaku dosen pembimbing yang telah meluangkan waktu, tenaga, serta pikiran dalam memberikan arahan, bimbingan, dan masukan yang sangat berarti selama proses penyusunan tugas akhir ini.
8. Ibu Dr. Dra. Liliek Budiastuti, M. Si. selaku Ketua Penguji, penulis mengucapkan terima kasih atas arahan, evaluasi, serta berbagai masukan yang sangat berharga dalam menyempurnakan karya tugas akhir ini.
9. Mba Nabila Putri Aldira, S.I.Kom., M. Si. selaku Penguji II, penulis juga menyampaikan terima kasih atas kritik, saran, dan perhatian yang diberikan sehingga penulisan tugas akhir ini dapat menjadi lebih baik dan terarah.
10. Segenap civitas akademika Program Studi Informasi dan Hubungan Masyarakat Sekolah Vokasi Universitas Diponegoro yang telah memberikan ilmu, pengalaman, serta dukungan selama masa studi penulis.
11. Bapak Sodikin selaku pemilik dan pengelola UMKM Batik Mangrove Mekar Canting yang telah memberikan kesempatan, kepercayaan, serta dukungan kepada penulis dalam proses penciptaan karya tugas akhir ini.
12. Kakak penulis Tete Citra, yang telah menjadi rumah kedua penulis, yang selalu menemani, memberikan motivasi, dukungan dan banyak membantu penulis disaat penulis berada di titik terendah sampai akhirnya bisa menyelesaikan tugas akhir ini.
13. Keluarga penulis, khususnya Mas Osam, Mas Kukuh dan Mba Bella serta keponakan penulis Vero, Vali, Nanad, dan Aya yang senantiasa memberikan dukungan, perhatian, serta semangat kepada penulis selama menjalani perkuliahan sampai penyusunan tugas akhir.
14. Sparky, Veve, Acong, Khiar, dan Leonny, yang telah menjadi teman seperjuangan sejak awal maba.

15. Fina dan Poppy, yang telah memberikan kebersamaan, dukungan, serta menjadi tempat berbagi cerita selama masa perkuliahan penulis.
16. Mirtha dan Ririel yang senantiasa memberikan dukungan, semangat, serta menjadi teman berbagi cerita selama proses penyusunan tugas akhir ini.
17. ANPD, Celda, Ica, dan Bela, yang telah menjadi rekan dan teman berbagi selama masa penjuruan di kelas B sejak semester tiga hingga akhir perkuliahan.
18. Terakhir, penulis ingin mengucapkan terima kasih kepada diri sendiri, Jelita Nindia Laksita, karena telah mampu bertahan dan tetap melangkah hingga seluruh proses ini dapat diselesaikan. Perjalanan ini dipenuhi berbagai tantangan, rasa lelah, serta banyak hal yang menguras pikiran dan perasaan. Namun di tengah segala keadaan yang tidak mudah, tetap berusaha kuat, bangkit, dan percaya bahwa seluruh perjuangan ini pada akhirnya akan bermakna. Terima kasih karena tidak memilih menyerah dan tetap melanjutkan langkah sampai berada di titik ini.

## ABSTRAK

UMKM Batik Mangrove Mekar Canting Kampung Laut merupakan usaha batik tulis dan cap khas pesisir yang berlokasi di Desa Klaces, Kecamatan Kampung Laut, Kabupaten Cilacap. UMKM ini memiliki keunikan pada penggunaan pewarna alami yang berasal dari batang mangrove serta motif batik yang terinspirasi dari lingkungan pesisir. Meskipun memiliki karakteristik produk yang kuat dan khas, UMKM ini belum memiliki *brand identity* yang konsisten sehingga berdampak pada rendahnya tingkat *brand awareness* di kalangan masyarakat. Proyek tugas akhir ini bertujuan untuk merancang dan mengimplementasikan *brand identity* guna meningkatkan *brand awareness* UMKM Batik Mangrove Mekar Canting Kampung Laut. Perancangan dilakukan melalui pengembangan elemen visual dan verbal berupa logo dan tagline yang kemudian direalisasikan pada berbagai media pendukung, yaitu kemasan *sliding box*, kemasan *paper bag*, kartu instruksi perawatan, banner, dan *feeds* Instagram. Metode penciptaan karya dilakukan melalui tiga tahapan, yaitu pra produksi, produksi, dan pasca produksi. Tahap pra produksi meliputi pengumpulan data, analisis permasalahan, penentuan konsep, dan pengembangan desain. Tahap produksi mencakup proses visualisasi dan implementasi desain pada berbagai media, sedangkan tahap pasca produksi meliputi evaluasi dan pengukuran efektivitas *brand identity* yang telah diterapkan. Hasil implementasi *brand identity* menunjukkan dampak positif dalam meningkatkan pengenalan merek dan mendukung tercapainya target *brand awareness* pada tingkat *brand recognition*. Selain itu, penerapan identitas merek yang konsisten memberikan manfaat bagi UMKM berupa peningkatan visibilitas merek, penguatan citra dan kepercayaan konsumen, serta perluasan jangkauan promosi melalui media digital.

Kata Kunci : *Brand Identity*, *Brand Awareness*, UMKM Batik Mangrove Mekar Canting Kampung Laut, Media Promosi

## **ABSTRACT**

*Batik Mangrove Mekar Canting Kampung Laut is a coastal batik microenterprise located in Klaces Village, Kampung Laut District, Cilacap Regency. The enterprise is distinguished by its use of natural dyes derived from mangrove stems and batik motifs inspired by the surrounding coastal environment. Despite having unique and distinctive product characteristics, the enterprise lacked a consistent brand identity, resulting in low brand awareness among the public. This final project aims to design and implement a brand identity to increase the brand awareness of Batik Mangrove Mekar Canting Kampung Laut. The brand identity was developed through visual and verbal elements, including a logo and tagline, which were then applied to various promotional media such as sliding box packaging, paper bags, banners, and Instagram feeds. The creative process was carried out through three stages: pre-production, production, and post-production. The pre-production stage included data collection, problem analysis, concept development, and design creation. The production stage involved the visualization and implementation of the designs across multiple media, while the post-production stage focused on evaluating and measuring the effectiveness of the implemented brand identity. The implementation of the brand identity demonstrated a positive impact on increasing brand recognition and supporting the achievement of brand awareness at the brand recognition level. Furthermore, the consistent application of the brand identity provided several benefits to the enterprise, including enhanced brand visibility, strengthened brand image and consumer trust, and expanded promotional reach through digital media.*

*Keywords : Brand Identity, Brand Awareness, Batik Mangrove Mekar Canting Kampung Laut Micro, Small, and Medium Enterprise, Promotional Media*

## DAFTAR ISI

<b>HALAMAN ORISINALITAS .....</b>	<b>iii</b>
<b>HALAMAN PERSETUJUAN .....</b>	<b>iv</b>
<b>HALAMAN PENGESAHAN.....</b>	<b>v</b>
<b>KATA PENGANTAR.....</b>	<b>vi</b>
<b>UCAPAN TERIMAKASIH.....</b>	<b>viii</b>
<b>ABSTRAK.....</b>	<b>xi</b>
<b>ABSTRACT.....</b>	<b>xii</b>
<b>DAFTAR ISI.....</b>	<b>xiii</b>
<b>DAFTAR GAMBAR.....</b>	<b>xvi</b>
<b>DAFTAR TABEL.....</b>	<b>xx</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN .....</b>	<b>1</b>
1.1 Latar Belakang .....	1
1.2 Rumusan Masalah .....	13
1.3 Tujuan.....	14
1.4 Manfaat.....	14
1.4.1 Bagi Mahasiswa .....	14
1.4.2 Bagi Klien (UMKM Batik Mangrove Mekar Canting Kampung Laut) .....	14
1.4.3 Bagi Masyarakat.....	14
1.5 Luaran.....	15
<b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....</b>	<b>16</b>
2.1 Kajian Karya Terdahulu.....	16
2.2 Kajian Teori .....	19
2.2.1 <i>Public Relations</i> .....	19
2.2.2 <i>Brand Identity</i> .....	21
2.2.3 <i>Brand Awareness</i> .....	24
2.2.4 Desain Grafis.....	26
2.2.5 <i>Elemen Brand Identity</i> .....	33
<b>BAB III METODE PENGKARYAAN .....</b>	<b>38</b>

3.1	Klien Karya Bidang .....	38
3.2	Profil Klien .....	38
3.3	Target Pasar.....	39
3.4	Konsep Karya.....	40
3.5	Jenis Karya.....	41
3.5.1	Logo .....	41
3.5.2	<i>Tagline</i> .....	48
3.6	<i>Implementasi Brand Identity</i> .....	49
3.7	Tahap Penciptaan Karya .....	57
3.7.1	Pra Produksi.....	57
3.7.2	Produksi.....	59
3.7.3	Pasca Produksi .....	61
3.8	<i>Key Performance Indicator</i> .....	62
3.9	Keberlanjutan Karya .....	65
3.10	Rencana Anggaran .....	65
3.11	Timeline .....	66
<b>BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN .....</b>		<b>67</b>
4.1	Gambaran Umum Permasalahan .....	67
4.2	Analisis Proses Permasalahan .....	67
4.3	Proses Penciptaan Karya Bidang.....	68
4.3.1	Pra Produksi.....	68
4.3.2	Produksi.....	84
4.3.3	Pasca Produksi .....	94
4.4	<i>Key Performance Indicator (KPI)</i> .....	105
4.5	Hambatan dan Solusi .....	118
4.6	<i>Sustainability</i> .....	119
<b>BAB V PENUTUP.....</b>		<b>122</b>
5.1	Kesimpulan .....	122
5.2	Saran.....	123
5.2.1	Bagi UMKM Batik Mangrove Mekar Canting Kampung Laut	123
5.2.2	Bagi Penulis Selanjutnya .....	124

<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>125</b>
<b>LAMPIRAN .....</b>	<b>125</b>

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1	Motif Batik Daun Ketasmak Dengan Teknik Cap .....	3
Gambar 1. 2	Alat Cap (Stempel) Batik.....	3
Gambar 1. 3	Motif Batik Biota Laut Dengan Teknik Tulis.....	4
Gambar 1. 4	Alat Canting Batik.....	4
Gambar 1. 5	Motif Batik Custom.....	5
Gambar 1. 6	Media Sosial Instagram @batikmekarcanting.....	7
Gambar 1. 7	Kemasan Produk Polos.....	8
Gambar 1. 8	Grafik Tren penjualan Batik Mekar Canting Kampung Laut tahun 2025.....	9
Gambar 1. 9	Diagram Presentase Responden Mendengar Produk Batik Mangrove Mekar Canting Kampung Laut .....	10
Gambar 1. 10	Diagram Presentase Responden Seberapa Penting Logo, Kemasan, dan Slogan Dalam Membangun Identitas Suatu Produk .....	11
Gambar 1. 11	Diagram Presentase Responden Keberadaan logo dan kemasan yang jelas dapat mempengaruhi tingkat kepercayaan anda terhadap suatu produk .....	11
Gambar 2. 1	Elemen Titik.....	28
Gambar 2. 2	Elemen Garis.....	29
Gambar 2. 3	Elemen Bentuk/Bidang.....	29
Gambar 2. 4	Elemen Ruang.....	30
Gambar 2. 5	Elemen Warna.....	31
Gambar 2. 6	Elemen Tekstur .....	31
Gambar 2. 7	Elemen Terang-Gelap.....	32
Gambar 3. 1	Sketsa Kasar Elemen Logo .....	42
Gambar 3. 2	Digitalisasi Elemen Logo.....	43
Gambar 3. 3	Penyusunan Desain Logo Awal.....	44
Gambar 3. 4	Pewarnaan Desain Logo .....	45
Gambar 3. 5	Penambahan Font Logo.....	46

Gambar 3. 6	<i>Finishing</i> Desain Logo .....	47
Gambar 3. 7	Desain Depan (Atas) Kemasan <i>Sliding Box</i> .....	50
Gambar 3. 8	Desain Samping Kanan Kemasan <i>Sliding Box</i> .....	50
Gambar 3. 9	Desain Samping Kiri Kemasan <i>Sliding Box</i> .....	51
Gambar 3. 10	Kartu Instruksi Perawatan.....	51
Gambar 3. 11	Kemasan <i>Paper bag</i> .....	53
Gambar 3. 12	Banner .....	54
Gambar 3. 13	<i>Feeds</i> Instagram .....	55
Gambar 4. 1	Sketsa Awal Logo .....	73
Gambar 4. 2	Digitalisasi Elemen Logo.....	75
Gambar 4. 3	Tipografi Logo .....	77
Gambar 4. 4	<i>Sliding Box</i> .....	78
Gambar 4. 5	Desain Cover Lama Kemasan <i>Sliding Box</i> .....	79
Gambar 4. 6	Desain Cover Baru Kemasan <i>Sliding Box</i> .....	80
Gambar 4. 7	Desain Lama Banner .....	82
Gambar 4. 8	Desain Baru Banner .....	82
Gambar 4. 9	<i>Feeds</i> Instagram .....	83
Gambar 4. 10	Desain Lama Logo .....	85
Gambar 4. 11	Desain Baru Logo .....	85
Gambar 4. 12	Mockup Kemasan <i>Sliding Box</i> .....	87
Gambar 4. 13	Mockup Kemasan <i>Paper bag</i> .....	88
Gambar 4. 14	Hasil Cetak Kemasan <i>Sliding Box</i> .....	89
Gambar 4. 15	Hasil Cetak Kemasan <i>Paper bag</i> .....	90
Gambar 4. 16	Hasil Cetak Kartu Instruksi Perawatan.....	91
Gambar 4. 17	Hasil Cetak Banner .....	91
Gambar 4. 18	Publikasi <i>Feeds</i> Instagram.....	93
Gambar 4. 19	Instagram Insight .....	93
Gambar 4. 20	Diagram Persentase Responden Apakah Desain <i>Feeds</i> Instagram yang Ditampilkan Sudah Bersifat Informatif dan Menarik Secara Visual .....	95
Gambar 4. 21	Diagram Persentase Responden Apakah Anda Pernah Mendengar Tentang UMKM Batik Mangrove Mekar Canting Kampung	

	Laut?.....	96
Gambar 4. 22	Diagram Persentase Responden Jika Pernah, Sejauh Mana Anda Mengenal UMKM Batik Mangrove Mekar Canting Kampung Laut .....	96
Gambar 4. 23	Diagram Persentase Responden Apakah Anda Mampu Mengenali Logo UMKM Batik Mangrove Mekar Canting Kampung Laut ?97	
Gambar 4. 24	Diagram Persentase Responden Menurut Anda, Apakah Logo UMKM Batik Mangrove Mekar Canting Kampung Laut Tersebut Mudah Dikenali dan Diingat?.....	98
Gambar 4. 25	Diagram Persentase Responden Apakah Pemilihan Warna, Font dan Elemen Pada Logo Tersebut Sudah Sesuai Dengan Karakter UMKM Batik Mangrove Mekar Canting Kampung Laut?.....	99
Gambar 4. 26	Diagram Persentase Responden Menurut Anda Apakah Tagline “Harmoni Alam dalam Setiap Motif” Bersifat Komunikatif dan Mudah Dipahami oleh Konsumen?.....	100
Gambar 4. 27	Diagram Persentase Responden Apakah Desain Kemasan <i>Sliding Box</i> Tersebut Terlihat Menarik dan Mencerminkan Konsep Ramah Lingkungan ?.....	99
Gambar 4. 28	Diagram Persentase Responden Apakah Informasi pada Kemasan Sudah Jelas dan Mudah Dibaca?.....	100
Gambar 4. 29	Diagram Persentase Responden Apakah Desain <i>Paper bag</i> Tersebut Praktis, Mudah Dibawa, Serta Mampu Memperkuat Citra Produk yang Ramah Lingkungan? .....	101
Gambar 4. 30	Diagram Persentase Responden Apakah <i>Paper bag</i> Tersebut Memuat Elemen Identitas Visual Seperti Logo Sehingga Produk Mudah Dikenali? .....	104
Gambar 4. 31	Diagram Persentase Responden Apakah Banner Tersebut Sudah Bersifat Informatif dan Menarik Secara Visual? .....	105

## DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1	Rekapitulasi penjualan Batik Mangrove Mekar Canting Kampung Laut tahun 2025.....	5
Tabel 1. 2	Analisis SWOT UMKM Batik Mangrove Mekar Canting Kampung Laut.....	12
Tabel 3.1	<i>Standard Sequence Guide</i> .....	56
Tabel 3.2	<i>Key Performance Indicator</i> .....	63
Tabel 3. 2.	Rencana Anggaran Biaya.....	65
Tabel 3. 3	<i>Timeline</i> .....	66
Tabel 4. 1	Warna.....	76
Tabel 4. 2	<i>Key Performance Indicator</i> .....	106