

## DAFTAR PUSTAKA

- Abiyasa, & Sanjaya. (2021). Mengkaji logo Gojek Solv berdasarkan persepsi dan citra identitas visual. *Visual Heritage: Jurnal Kreasi Seni dan Budaya*, 3(3), 172–179.
- Akmal, Jasjfi, & Budiwasapada. (2025). Perancangan brand identity destinasi wisata Batang Agam Kota Payakumbuh Sumatera Barat. *JSRR*, 8(2), 155–174. <https://doi.org/10.25105/jsrr.v8i2.20919>
- Andrade, et al. (2024). The Personality of Visual Elements: A Framework for the Development of Visual Identity Based on Brand Personality Dimensions. *The International Journal of Visual Design* ISSN: 2325-1581 (Print), ISSN: 2325-159X (Online) Volume 18, Issue 1, 2024. <https://doi.org/10.18848/2325-1581/CGP/v18i01/67-98>
- ANTARA News. (2024, March 7). *MSMEs contribute 61 percent to Indonesia's GDP*. <https://en.antaranews.com/news/307899/msmes-contribute-61-percent-to-indonesias-gdp>
- ANTARA News. (2025, July 15). *Kementerian UMKM sebut 65,5 juta UMKM serap 119 juta tenaga kerja*. <https://www.antaranews.com/berita/4968741/kementerian-umkm-sebut-655-juta-umkm-serap-119-juta-tenaga-kerja>
- ANTARA News. (2026). *Cerita Batik Chacha tumbuhkan ruang produktif perempuan Rejang Lebong*. Diakses dari <https://bengkulu.antaranews.com/berita/464258/cerita-batik-chacha-tumbuhkan-ruang-produktif-perempuan-rejang-lebong>
- Arsip Data Internal Dinas Perdagangan, Koperasi, Usaha Kecil dan Menengah (DPKUKM) Kabupaten Cilacap. (2025). *Data UMKM Kabupaten Cilacap*.
- Badan Pusat Statistik. (2025, November 15). *Ekonomi kreatif serap tenaga kerja 27,4 juta tahun 2025*. <https://www.bps.go.id/news/2025/11/17/805/bps--ekonomi-kreatif-serap-tenaga-kerja-27-4-juta-tahun-2025.html>
- Badri, et al. (2022). Pengembangan inovasi kemasan produk untuk meningkatkan daya tarik UMKM wedang jahe di Desa Sidodadi Asri. *PaKMas (Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat)*, 2(2), 347–353. <https://doi.org/10.54259/pakmas.v2i2.1268>
- Brus, et al. (2025). Assessing branding strength: comparing marketer judgement and consumer data for brand identity elements. *Journal of Brand Management* (2026) 33:1–17. <https://doi.org/10.1057/s41262-025-00395-y>

- Damayanti, & Utami. (2023). Analisis peran penggunaan elemen visual pada logo Persija Jakarta untuk merepresentasikan semangat dan kebanggaan. *Jurnal Desain Komunikasi Visual dan Media Baru*.
- Dawami (2025). Peran Logo dalam Membangun Identitas Visual. *Journal of Advertising and Visual Communicatios CITRAWIRA* Vol. 6 No.1, Juni 2025
- Dewi, Seviana, Suwandi, & Julacha. (2022). Perancangan brand identity dan banner sebagai media promosi Bunabee Fashion untuk meningkatkan brand awareness. *Jurnal DIGIT*, 12(1), 54–66.
- Diniati et al. (2023). PENGELOLAAN KONTEN MEDIA SOSIAL INSTAGRAM SEBAGAI STRATEGI DIGITAL MARKETING HOTEL DAFAM EXPRESS JAKSA JAKARTA. *Indonesian Journal of Digital Public Relations (IJDPR)* Vol. 1, No. 2, Januari 2023. <https://journals.telkomuniversity.ac.id/IJDPR>
- Endaryanti, et al. (2022). Brand identity pada digital branding Alika\_minigoldbogor di Instagram pengaruhnya terhadap kebiasaan followers dalam keputusan membeli produk. *Karimah Tauhid: Karya Ilmiah Mahasiswa Bertauhid*, 1(4), 451–461. <https://doi.org/10.30997/karimahtauhid.v1i4.6918>
- Fitriana et al. (2025). Optimalisasi Pemasaran UMKM Melalui Pembuatan Media Promosi Banner di Desa Jawilan. *JURNAL PENGABDIAN MASYARAKAT BANGSA* e-ISSN : 2987- 0135 Volume 3, No. 6, Tahun 2025 <https://jurnalpengabdianmasyarakatbangsa.com/index.php/jpmba/index>
- Fridayanthi, et al. (2025). Pengaruh social media marketing terhadap brand awareness dan purchase intention pada produk Jarimanis Patisserie. *E-Jurnal Manajemen*, 14(11), 828–844. <https://doi.org/10.24843/EJMUNUD.2025.v14.i11.p01>
- Gradiyanto, et al. (2024). Impact of brand identity and brand identity–cognitive style fit on consumer-based brand equity with brand image as a mediating variable in Toko Kecil Club. *The Journal of Management, Digital Business and Entrepreneurship*, 2(1), 1–11. <https://doi.org/10.58857/JMDBE.2024.v02.i01.p01>
- Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif/Badan Pariwisata dan Ekonomi Kreatif. (2025). *Rencana strategis Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif/Baparekraf 2020–2024*. [https://katalogdata.kemenparekraf.go.id/dataset/bdb904d7-5f62-49d0-a924-6fb71157ce20/resource/5ad4cd33\\_8263\\_4036-ba19-](https://katalogdata.kemenparekraf.go.id/dataset/bdb904d7-5f62-49d0-a924-6fb71157ce20/resource/5ad4cd33_8263_4036-ba19-)

[70ff0b2741f2/download/rencana-strategis-kemenparekraf-baparekraf-2020-2024-perubahan\\_comp.pdf](https://doi.org/10.29121/shodhkosh.v4.i2ECVPAMIAP.2023.709)

- Kotler, P., & Keller, K. L. (2022). *Marketing management* (16th ed.). Pearson.
- Kumar, & Naaz. (2023). Exploring the depth of elements and principles of visual design. *ShodhKosh: Journal of Visual and Performing Arts*, 4(2), 105–127. <https://doi.org/10.29121/shodhkosh.v4.i2ECVPAMIAP.2023.709>
- Larasati et al. (2023). Strategi Inovasi Kemasan (Packaging) untuk Meningkatkan Pemasaran Produk Olahan Madu . JILPI: JURNAL ILMIAH PENGABDIAN DAN INOVASI 2023, Vol.2, No.2, pp.301-308
- Leonardo, V. A. (2022). Pendalaman material dalam pembelajaran elemen desain titik, garis, dan bidang. *Jurnal Strategi Desain dan Inovasi Sosial*, 3(2). <https://doi.org/10.37312/jsdis.v3i2.5298>
- Li, M. (2023). Review of research on brand identity. In *Proceedings of the 2023 7th International Seminar on Education, Management and Social Sciences (ISEMSS 2023)*. [https://doi.org/10.2991/978-2-38476-126-5\\_167](https://doi.org/10.2991/978-2-38476-126-5_167)
- Mawarni, & Lubis. (2023). Tagline, desain kemasan dan kualitas produk: Pengaruhnya terhadap keputusan pembelian kopi instan. *Jurnal Manajemen Diversitas*, 3(2), 58–71.
- Nabila, & Anshori. (2024). Pengaruh tagline Instagram dan e-WOM terhadap pembentukan brand awareness dan kepercayaan pelanggan provider digital By.U tahun 2024. *Jurnal Komunikasi Massa*, 17(1), 1–9. <https://jurnal.uns.ac.id/kom/>
- Napitu, et al. (2025). Peran influencer marketing dalam mempromosikan dimsum mentai Bitybite Pematangsiantar. *Jurnal Ekonomi USI*, 7(3), 1078–1088.
- Niaga.Asia. (2024, August). *Kontribusi UMKM terhadap PDB Indonesia 60,51 persen dan serap 96,92 tenaga kerja*. <https://www.niaga.asia/kontribusi-umkm-terhadap-pdb-indonesia-6051-persen-dan-serap-9692-tenaga-kerja/>
- Pratama, & Hidayat. (2022). Perancangan brand identity untuk meningkatkan brand awareness Kedai Kimbos di Kota Malang dengan menggunakan metode design thinking. *Sainsbertek: Jurnal Ilmiah Sains & Teknologi*, 5(1), 16–34.
- Prayoga, D. S. (2020). Teknik menggunakan elemen desain pada mata kuliah menggambar bentuk. *JESKOVISA: Jurnal Desain Komunikasi Visual Asia*, 4(1), 32–38. <https://doi.org/10.32815/jeskovsia.v4i1.520>
- Purwantoro, & Kusumaningtyas. (2023). Kesenjangan brand identity dan image terkait komunikasi perusahaan kepada pengguna. *Jurnal Ilmiah*

*Manajemen, Ekonomi dan Bisnis*, 2(1), 63–80.

- Putra, & Ramadhan. (2021). Perancangan visual brand identity bagi Vernon Education. *Sainsbertek: Jurnal Ilmiah Sains & Teknologi*.
- Sari, et al. (2025). Strategi komunikasi krisis PT Telkom dalam mempertahankan reputasi perusahaan akibat gangguan jaringan internet di Kabupaten Merauke. *Sospol: Jurnal Sosial Politik*, 11(2), 207–222. <https://doi.org/10.22219/jurnalsospol.v11i2.39884>
- Septarina, et al. (2025). *Dasar desain komunikasi visual*. CV Mutiara Publishing Indonesia.
- Susilawati et al. (2023). Peran Elemen Visual Sebagai Strategi Komunikasi Pemasaran Pada Kemasan Produk. *Jurnal Ilmu Komputer dan Desain Komunikasi Visual* Volume 8, Nomor 2, Desember 2023 ISSN (Cetak) : 2541-4550 ISSN (Online) : 2541-4585
- Suwanto, K. M. (2023). Pembelajaran elemen shape, size, dan color sebagai properti balance dalam komposisi visual karya desain komunikasi visual. *Jurnal Titik Imaji*, 6(1), 1–9.
- Thamrin, A. (2024). *Komunikasi pemasaran dan pengalaman merek dalam membangun brand identity*. Prenadamedia Group.
- Tjaya, & Iskandar. (2023). Analisis pengaruh brand awareness terhadap keputusan pembelian di rumah makan Saung Ibu Tangerang. *Jurnal Ilmiah Global Education*, 4(4). <https://doi.org/10.55681/jige.v4i4.1312>
- Warsaa, Happy, & Saputra. (2023). Brand identity UD Bakriy Furniture sebagai upaya meningkatkan brand awareness. *JESKOVISA: Jurnal Desain Komunikasi Visual Asia*, 7(2).
- Wijaya, et al. (2025). Identify the elements and principles of David Lauer's design in The Vessel Building. *RUAS: Review of Urbanism and Architectural Studies*, 23(1), 103–115. <https://doi.org/10.21776/ub.ruas.2025.023.01.10>
- Yolanda, & Nugroho. (2025). Perancangan media promosi berupa banner menu untuk minuman kesehatan. *Kohesi: Jurnal Multidisiplin Saintek*, 9(12).