

DAFTAR PUSTAKA

- Apriani, S., Pitasari, Y., Haidir, R. R., Firdaus, M., & Putri, Y. E. (2025). Strategi pemasaran produk UMKM madu kelulut Rantau Kumpai melalui pendekatan *product branding*. *Jurnal Pengabdian kepada Masyarakat (DIASYA)*, 1(2), 129–138.
- Cutlip, S. M., Center, A. H., & Broom, G. M. (2000). *Effective public relations*. Prentice Hall.
- Hapsari, Y. A., Apriyanti, P., Hermiyanto, A., & Rozi, F. (2024). Analisa peran UMKM terhadap perkembangan ekonomi di Indonesia. *Jurnal Manajemen dan Ekonomi Kreatif*, 2(4), 53–62. <https://doi.org/10.59024/jumek.v2i4.464>
- Haryadi, R. M., Dewi, C. K., & Kridalaksana, A. H. (2024). Penerapan *brand identity product*, standarisasi, dan digitalisasi pemasaran produk kelompok tani madu kelulut Sungai Siring. *Jurnal Pelayanan dan Pengabdian Masyarakat (PAMAS)*, 8(3), 238–248.
- Hendratman, H. (2017). *Computer Graphic Design: warna layout teks logo ilustrasi efek produksi WPAP*. Hendi Hendratman.
- KADIN Indonesia. (2026). *UMKM Indonesia*. <https://kadin.id/data-dan-statistik/umkm-indonesia/>
- Kusuma, T. H., Yuliana, N., Ratnawati, D. P., Habiba, C., & Prayogo, A. (2025). Optimalisasi desain produk UMKM Vanie Honey: Pendampingan pembuatan label dan packaging untuk meningkatkan daya tarik pasar. *Jurnal Pengembangan Masyarakat Lokal*, 8(1), 348–354.
- Landa, R. (2001). *Graphic design solutions* (2nd ed.). OnWord Press.
- Nugroho, N. M., Tandirerung, U. R., Oktoviano, M., Sundari, S., & Pakpahan, M. (2025). Penerapan strategi *branding* pada UMKM lokal sebagai upaya meningkatkan nilai tambah produk. *RIGGS: Journal of Artificial Intelligence and Digital Business*, 4(2), 5364–5367.
- Permana, D. A. (2024, December 13). Kabupaten Semarang punya desa wisata terbanyak di Jawa Tengah. *Kompas.com*.

<https://travel.kompas.com/read/2024/12/13/111100327/kabupaten-semarang-punya-desa-wisata-terbanyak-di-jawa-tengah>

- Prayogi, Y. A., Purnama, R., Saputra, F. P., Lestari, D. S., Ayunda, A. P., & Tyas, R. W. (2026). Optimalisasi brand identity dan pemasaran digital untuk meningkatkan omzet UMKM di Kampung Kue Rungkut Lor Surabaya. *Journal of Community Service and Engagement*, 1(2), 43–51.
- Rumanti, M. A. (2005). *Dasar-dasar public relations: Teori dan praktik*. Grasindo.
- Rustan, S. (2013). *Mendesain logo*. Gramedia Pustaka Utama.
- Rustiyan, R., Selviana, R., Judijanto, L., Dasilva, G. C. K. D., Ekawanto, I., Pakpahan, A. K., Faisal, A., Asih, R. R. D., Sakti, S. R. M., Toii, I. E. W., Magetsari, O. N. N., & Lukito, N. (2025). *Digital marketing*. PT Sonpedia Publishing Indonesia.
- Sanapang, G. M., Monalisa, M., Syam, A., Ardyan, E., & Perdana, C. C. (2025). *Digital marketing: Strategy & inovasi pemasaran digital*. PT Green Pustaka Indonesia.
- Saputri, D., Mulyatini, N., & Basari, M. A. (2021). Pengaruh tagline dan brand ambassador terhadap brand awareness (studi pada produk motor Yamaha di PT Bahana Cahaya Sejati Ciamis). *Business Management and Entrepreneurship Journal*, 2(4), 80–92.
- Siregar, H. C. H., & Fuah, A. M. (2014). *Karakteristik kimia dan organoleptik madu dari lebah Apis mellifera, Apis cerana, Apis dorsata, dan Trigona sp.* <http://repository.ipb.ac.id/handle/123456789/72566>
- Sitorus, S. A., et al. (2022). *Brand marketing: The art of branding*. CV Media Sains Indonesia.
- Tinarbuko, I. T. S. (2017). *Membaca tanda dan makna dalam desain komunikasi visual*. Jalasutra.
- Wardhana, A. (2024). *Brand management in the digital era* (M. Pradana, Ed.). Eureka Media Aksara.
- Widiastuti, I., & Mulyono, S. (2024). Optimalisasi pemberdayaan pelaku UMKM Desa Margaluyu melalui edukasi marketing digital. *Jurnal Pengabdian kepada Masyarakat*, 48–62.