PERANCANGAN BUKU PROFIL MTS NU BERBEK BERBASIS DESAIN KOMUNIKASI VISUAL SEBAGAI MEDIA PROMOSI DAN PENGUATAN IDENTITAS SEKOLAH

Rosanna Ariella Mamarimbing [1)], Masnuna [2)]

[1)]Universitas Pembangunan Nasional "Veteran" Jawa Timur
Rosannaariella711@gmail.com
[2)]Universitas Pembangunan Nasional "Veteran" Jawa Timur
Masnuna.dkv@upnjatim.ac.id

ABSTRAK

Perkembangan dunia pendidikan menuntut lembaga sekolah untuk memiliki media komunikasi yang mampu menyampaikan informasi sekaligus membangun citra dan identitas lembaga secara efektif guna mendukung transformasi pendidikan yang berdampak dan berkelanjutan. MTs Nahdlatul Ulama (NU) Berbek sebagai lembaga pendidikan berbasis nilai Ahlussunnah wal Jamaah an-Nahdliyah belum memiliki buku profil sekolah yang dirancang secara sistematis dan berbasis prinsip Desain Komunikasi Visual. Penelitian ini bertujuan untuk merancang buku profil MTs NU Berbek sebagai media promosi, penguatan identitas sekolah, serta sarana komunikasi pendidikan yang informatif dan menarik. Metode yang digunakan adalah pendekatan kualitatif melalui observasi, wawancara, dokumentasi, dan analisis kebutuhan visual. Proses perancangan dilakukan melalui tahapan pra-produksi, produksi, dan pasca-produksi. Hasil perancangan berupa buku profil cetak yang menyajikan informasi sekolah secara informatif, komunikatif, dan visual menarik dengan penerapan elemen desain seperti *layout*, tipografi, warna, fotografi, dan ilustrasi yang konsisten. Selain menghasilkan buku profil, penelitian ini juga menghasilkan dokumentasi visual sekolah yang diarsipkan sebagai aset komunikasi yang dapat dimanfaatkan secara berkelanjutan untuk kebutuhan promosi dan publikasi lembaga di masa mendatang. Dengan demikian, penerapan etika dan estetika desain tidak hanya memperkuat identitas sekolah, tetapi juga mendukung transformasi pendidikan yang berdampak dan berkelanjutan.

Kata Kunci : identitas visual, pendidikan berkelanjutan, media promosi, buku profil.

ABSTRACT

The development of education requires schools to have communication media capable of delivering information while simultaneously building institutional image and identity effectively to support impactful and sustainable educational transformation. MTs Nahdlatul Ulama (NU) Berbek, an educational institution based on the values of Ahlussunnah wal Jamaah an-Nahdliyah, does not yet possess a school profile book designed systematically and based on the principles of Visual Communication Design. This study aims to design a profile book for MTs NU Berbek as a promotional medium, a tool for strengthening school identity, and an informative and engaging educational communication medium. The research employs a qualitative approach through observation, interviews, documentation, and visual needs analysis. The design process consists of pre-production, production, and post-production stages. The result of this study is a printed profile book that presents school information in an informative, communicative, and visually appealing manner through the consistent application of design elements such as layout, typography, color, photography, and illustration. In addition to producing a profile book, this study also generates visual documentation archives that can be utilized sustainably for future promotional and publication purposes. Thus, the application of ethical and aesthetic design principles not only strengthens the school's identity but also supports impactful and sustainable educational transformation.

Keywords : *visual identity, sustainable education, promotional media, profile book.*

PENDAHULUAN

Perkembangan dunia pendidikan menuntut lembaga pendidikan untuk mampu menampilkan identitas dan programnya secara jelas serta menarik kepada masyarakat. Media informasi tidak hanya berfungsi sebagai sarana penyampaian data, tetapi juga sebagai pembentuk citra dan reputasi institusi (Riyanto & Kharisma, 2024). Buku profil sekolah menjadi salah satu media strategis karena mampu menyajikan informasi kelembagaan secara komprehensif dan terstruktur (Wijayanto et al., 2021). Madrasah Tsanawiyah Nahdlatul Ulama (MTs NU) Berbek memiliki karakter pendidikan berbasis nilai *Ahlussunnah wal Jamaah An-Nahdliyah*, namun hingga kini belum memiliki buku profil sekolah yang disusun secara sistematis dan representatif. Kondisi ini menyebabkan informasi kelembagaan belum tersampaikan secara optimal kepada masyarakat.

Persaingan antar lembaga pendidikan dalam menarik minat calon peserta didik menuntut setiap sekolah untuk mampu memperkenalkan identitas dan keunggulannya kepada masyarakat. Berdasarkan hasil wawancara dengan salah satu tenaga pendidik MTs NU Berbek, persaingan dengan lembaga pendidikan lain menjadi salah satu kondisi yang dihadapi sekolah dalam memperkenalkan lembaganya kepada masyarakat. Kondisi tersebut menuntut adanya upaya promosi melalui media informasi yang mampu menyampaikan identitas, program, serta keunggulan sekolah secara jelas dan menarik. Namun, media informasi MTs NU Berbek belum dirancang secara sistematis untuk menyajikan informasi kelembagaan secara terpadu dan merepresentasikan karakteristik sekolah secara optimal. Informasi mengenai sejarah, visi dan misi, program, fasilitas, serta keunggulan sekolah perlu disajikan dalam media yang terstruktur dengan mengikuti prinsip Desain Komunikasi Visual, seperti tipografi, warna, tata letak, dan fotografi, agar pesan dapat tersampaikan secara efektif. *Company profile* dapat dimanfaatkan sebagai media informasi untuk memperkenalkan identitas, latar belakang, serta karakteristik suatu organisasi kepada khalayak (Oscar Ade Gunawan & Masnuna Masnuna, 2023). Dalam konteks lembaga pendidikan, *company profile* dapat diwujudkan dalam bentuk buku profil sekolah yang dirancang berdasarkan prinsip Desain Komunikasi Visual (Mustahibah et al., 2025). Perancangan ini diperlukan agar informasi mengenai MTs NU Berbek dapat disajikan secara informatif, sistematis, dan menarik, sehingga mampu mendukung penyampaian informasi kepada masyarakat sekaligus menunjang kegiatan promosi dan penguatan identitas sekolah. Salah satu solusi yang dapat dilakukan adalah melalui perancangan buku profil sekolah sebagai media informasi dan promosi yang mampu menghimpun informasi kelembagaan secara komprehensif, memperkuat identitas visual, serta memperkenalkan keunggulan MTs NU Berbek kepada masyarakat di tengah persaingan antar lembaga pendidikan.

Perancangan buku profil MTs NU Berbek dilakukan dengan menerapkan prinsip Desain Komunikasi Visual secara sistematis dan terarah agar menghasilkan media yang komunikatif, informatif, dan menarik. Buku profil ini diharapkan dapat menjadi media informasi dan promosi yang mampu merepresentasikan karakteristik serta keunggulan sekolah secara terstruktur. Selain itu, perancangan ini diharapkan dapat memperkuat identitas visual dan membangun citra positif MTs NU Berbek di tengah persaingan antar lembaga pendidikan.

Penelitian ini dibatasi pada perancangan buku profil MTs NU Berbek sebagai media informasi dan promosi dalam bentuk cetak. Hasil perancangan diwujudkan dalam satu eksemplar buku profil cetak sebagai implementasi bagi pihak sekolah, disertai penyerahan desain dalam format digital sebagai arsip dan bahan produksi lanjutan.

Manfaat penelitian ini bagi MTs NU Berbek adalah berupa tersedianya buku profil resmi yang informatif dan profesional sebagai media informasi dan promosi untuk memperkuat citra serta identitas lembaga. Bagi universitas atau program studi, penelitian ini menjadi wujud penerapan keilmuan Desain Komunikasi Visual sekaligus menambah referensi karya ilmiah di bidang pengembangan media promosi pendidikan. Selain itu, penelitian ini bermanfaat bagi masyarakat sebagai sumber informasi yang valid mengenai profil dan kualitas pendidikan di MTs NU Berbek. Perancangan buku profil ini menjadi sarana bagi perancang untuk menerapkan pengetahuan dan keterampilan di bidang Desain Komunikasi Visual, sekaligus menghasilkan karya yang dapat dimanfaatkan sebagai portofolio profesional.

Desain Komunikasi Visual (DKV) adalah disiplin ilmu yang memfokuskan pada penyampaian pesan melalui elemen-elemen visual untuk mencapai komunikasi yang efektif dan menarik bagi audiens. Dalam konteks branding dan komunikasi kelembagaan, DKV berperan penting dalam membangun dan memperkuat identitas visual melalui penggunaan elemen grafis seperti logo, warna, tipografi, dan ilustrasi. Elemen-elemen ini ketika digunakan secara konsisten dalam berbagai media komunikasi dapat memperkuat citra dan daya tarik suatu entitas karena memberikan kesan yang seragam dan mudah diingat oleh khalayak. Konsistensi visual tidak hanya meningkatkan estetika media tetapi juga memfasilitasi pemahaman dan pengenalan identitas secara lebih kuat, sehingga media yang dirancang, termasuk buku profil sekolah, dapat menjadi alat strategis dalam menyampaikan pesan kelembagaan secara efektif dan profesional (Odillia & Rohiman, 2023).

Lembaga pendidikan dipahami sebagai sebuah institusi sosial yang berperan penting dalam mentransmisikan pengetahuan, nilai, norma, serta keterampilan kepada anggotanya untuk mencapai tujuan pendidikan yang diharapkan masyarakat. Sebagai sistem sosial, lembaga pendidikan terdiri dari berbagai bagian yang saling berkaitan; jika satu bagian tidak berfungsi dengan baik, maka keseluruhan sistem akan terpengaruh. Lembaga pendidikan tidak hanya berfungsi sebagai tempat berlangsungnya proses belajar mengajar, tetapi juga sebagai wahana sosialisasi nilai budaya dan moral serta agen perubahan sosial yang berperan membentuk karakter dan integrasi individu ke dalam masyarakat yang lebih luas. Dengan demikian, keberadaan lembaga pendidikan mencerminkan suatu tatanan sosial yang berkontribusi dalam pembentukan sumber daya manusia berkualitas sekaligus menciptakan keteraturan sosial dalam masyarakat (Ermayanti et al., 2023).

Identitas visual merupakan representasi grafis yang mencerminkan karakter dan nilai suatu entitas melalui elemen-elemen visual seperti logo, warna, tipografi, dan bentuk desain lainnya. Identitas visual tidak hanya berfungsi sebagai pembeda dari pihak lain, tetapi juga sebagai sarana menyampaikan pesan penting mengenai karakter, tujuan, dan citra lembaga kepada audiens. Elemen-elemen ini bekerja secara konsisten untuk membentuk persepsi publik sehingga identitas visual dapat membangun kesan yang kuat dan dapat dikenali secara instan oleh khalayak. Konsistensi penggunaan elemen visual di berbagai media komunikasi sangat penting karena dapat memperkuat citra merek atau institusi serta menciptakan daya ingat visual yang kuat di benak audiens, sehingga media komunikasi seperti buku profil sekolah dapat merepresentasikan esensi dan nilai lembaga secara efektif (Usman, 2025).

Media informasi dan promosi adalah sarana komunikasi yang digunakan untuk menyampaikan informasi serta mempengaruhi persepsi atau tindakan audiens terhadap suatu entitas, produk, layanan, atau kegiatan (Mauidzoh et al., 2022). Dalam konteks komunikasi pemasaran, media informasi menyediakan data dan pengetahuan yang dibutuhkan publik untuk memahami karakteristik suatu objek, sedangkan media promosi bertujuan memperkenalkan, menarik perhatian, dan mempengaruhi audiens agar tertarik untuk mengambil tindakan yang diharapkan, seperti mengenal atau memilih suatu lembaga atau produk (Maimunah et al., 2012).

Analisis data dalam penelitian perancangan buku profil sekolah ini dilakukan melalui tahapan yang disusun secara sistematis sesuai karakteristik pendekatan kualitatif. Pada tahap reduksi data, seluruh data yang diperoleh dari wawancara, observasi, dan dokumentasi diseleksi dan disederhanakan. Informasi yang relevan dikelompokkan berdasarkan kategori tertentu, seperti kebutuhan informasi sekolah, elemen visual yang diharapkan, dan permasalahan media promosi sebelumnya.

METODOLOGI

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode *Design Thinking* sebagai kerangka utama dalam proses perancangan buku profil MTs NU Berbek. Pendekatan kualitatif digunakan untuk memperoleh pemahaman mendalam mengenai karakter lembaga, kebutuhan informasi, serta kebutuhan visual pihak sekolah. Sementara itu, *Design Thinking* digunakan karena berorientasi pada pemecahan masalah secara berpusat pada pengguna (*human-centered design*), sehingga solusi visual

yang dihasilkan didasarkan pada kebutuhan nyata lembaga dan calon pengguna media (AlAzhari et al., 2024).

Proses perancangan mengikuti lima tahapan *Design Thinking*, yaitu *Empathize*, *Define*, *Ideate*, *Prototype*, dan *Test* (Ulita & Hananto, 2022). Kelima tahapan tersebut digunakan secara berurutan namun tetap memungkinkan adanya pengulangan proses apabila ditemukan kebutuhan perbaikan selama pengembangan rancangan.

a. Empathize

Tahap *Empathize* dilakukan untuk memperoleh pemahaman mengenai kondisi, karakteristik, serta kebutuhan informasi MTs NU Berbek sebagai dasar dalam perancangan buku profil. Pada tahap ini, penulis melakukan wawancara dengan kepala sekolah dan guru MTs NU Berbek untuk memperoleh informasi secara langsung mengenai kondisi dan kebutuhan sekolah. Wawancara menghasilkan berbagai data yang berkaitan dengan profil dan informasi kelembagaan, meliputi sejarah sekolah, visi dan misi, kurikulum, jadwal pembelajaran, jumlah siswa, data guru dan tenaga kependidikan, fasilitas sekolah, program unggulan, kegiatan ekstrakurikuler, serta informasi pendukung lainnya.

Selain wawancara, penulis melakukan observasi terhadap lingkungan dan kondisi fisik sekolah untuk memperoleh gambaran mengenai fasilitas, aktivitas pembelajaran, serta karakter visual yang dapat direpresentasikan dalam buku profil. Dokumentasi juga dilakukan untuk mengumpulkan data visual berupa foto lingkungan sekolah, fasilitas, kegiatan pembelajaran, kegiatan siswa, dan berbagai aktivitas sekolah yang relevan sebagai materi visual dalam perancangan.

Data yang diperoleh pada tahap *Empathize* kemudian digunakan sebagai dasar untuk memahami kebutuhan komunikasi sekolah, menentukan informasi yang perlu disajikan dalam buku profil, serta mengidentifikasi karakter lembaga yang perlu direpresentasikan melalui pendekatan Desain Komunikasi Visual. Tahap ini menjadi dasar bagi proses Define untuk merumuskan permasalahan utama dan kebutuhan perancangan secara lebih spesifik.

b. Define

Tahap *Define* dilakukan dengan mengolah dan menganalisis data hasil observasi, wawancara, dan dokumentasi. Data direduksi dan dikelompokkan berdasarkan kebutuhan informasi sekolah, karakter lembaga, target audiens, serta kebutuhan visual. Hasil analisis menunjukkan bahwa permasalahan utama terletak pada belum tersedianya media profil yang mampu menghimpun informasi sekolah secara sistematis sekaligus menampilkan identitas visual secara konsisten.

Pada tahap ini juga dilakukan analisis SWOT untuk mengidentifikasi faktor internal dan eksternal yang memengaruhi penggunaan buku profil sebagai media komunikasi dan promosi. Hasil analisis tersebut menjadi dasar dalam merumuskan strategi desain dan menentukan arah komunikasi visual yang sesuai dengan karakter MTs NU Berbek.

c. Ideate

Tahap *Ideate* merupakan proses pengembangan gagasan berdasarkan hasil analisis sebelumnya. Dalam tahap ini perancangan buku profil sekolah MTs NU Berbek mengacu pada moto sekolah, yaitu “Terbentuknya masyarakat muslim mandiri yang berilmu, beramal, dan berakhlakul karimah.” Moto tersebut menjadi gagasan utama yang mendasari seluruh strategi komunikasi dan visual dalam buku profil. Melalui big idea ini, buku profil dirancang untuk merepresentasikan MTs NU Berbek sebagai lembaga pendidikan yang berperan aktif dalam membentuk peserta didik yang tidak hanya unggul secara akademik, tetapi juga memiliki kemandirian, pengamalan ilmu dalam kehidupan sehari-hari, serta akhlak yang mulia.

Gaya visual buku profil MTs NU Berbek dirancang dengan menonjolkan warna hijau sebagai elemen dominan, selaras dengan warna identitas Nahdlatul Ulama yang merepresentasikan nilai religius, ketenangan, dan kesejukan. Warna ini diterapkan secara konsisten pada bagian-bagian penting buku, seperti sampul, judul, serta elemen penunjang tata letak, sehingga membentuk kesatuan visual yang kuat. Untuk mendukung penyampaian informasi, desain buku juga diperkaya dengan ilustrasi siswa dan guru untuk memberikan kesan ramah dan edukatif, sekaligus memperkuat citra sekolah sebagai lingkungan pembelajaran yang humanis dan profesional.

1. Tata Letak (*Layout*)
   Layout dirancang dengan sistem kolom yang konsisten agar tercapai keseimbangan visual dan keterbacaan. Format buku menggunakan ukuran B5, serta pengaturan ruang visual (*white space*) untuk memberikan kenyamanan membaca.

2. Tipografi
   Tipografi utama menggunakan font Montserat untuk bagian isian teks dengan ukuran 31 pt untuk judul, 28 pt untuk sub-judul, dan 11 pt hingga 14 pt untuk text. Serta font Soft Bobby Jones pada bagian sampul.

3. Fotografi
   Elemen fotografi memuat dokumentasi lingkungan sekolah, ruang kelas, fasilitas laboratorium, perpustakaan, kegiatan ibadah, pembelajaran, serta prestasi siswa.

4. Warna
   Palet warna terdiri dari hijau sebagai warna utama yang terbagi menjadi tingkatan 3 shade dan warna putih. Komposisi warna bertujuan menggambarkan kesan religius, bersih, dan profesional sesuai identitas lembaga Nahdlatul Ulamah.

d. Prototype

Tahap Prototype dilakukan dengan mewujudkan konsep visual ke dalam bentuk rancangan buku profil. Proses ini mencakup penyusunan layout halaman, pengolahan fotografi, pembuatan ilustrasi dan elemen grafis, serta pengaturan hierarki informasi. Rancangan dibuat dalam bentuk digital dengan ukuran B5 dan jumlah halaman yang disesuaikan dengan kebutuhan konten sekolah.

Prototype yang dihasilkan menampilkan susunan informasi mulai dari sambutan kepala sekolah, sejarah, visi dan misi, identitas sekolah, struktur organisasi, profil guru dan staf, fasilitas, program akademik, ekstrakurikuler, prestasi, dokumentasi kegiatan, hingga informasi pendaftaran.



Gambar 1. Desain Cover dan Layout Buku Profil Sampai Halaman 3
Sumber: Dokumentasi pribadi (2026)

e. Test

Tahap Test dilakukan melalui konsultasi dan evaluasi rancangan bersama pihak sekolah serta dosen pembimbing. Evaluasi difokuskan pada kesesuaian isi, keterbacaan informasi, konsistensi elemen

visual, dan kesesuaian desain dengan karakter lembaga. Masukan yang diperoleh digunakan untuk melakukan revisi pada tata letak, warna, tipografi, dan elemen visual lainnya hingga diperoleh rancangan akhir yang layak untuk diproduksi.

Hasil akhir dari proses Design Thinking berupa buku profil MTs NU Berbek dalam bentuk media cetak yang menyajikan informasi sekolah secara sistematis dan menerapkan elemen Desain Komunikasi Visual secara konsisten. Rancangan akhir tersebut diharapkan dapat digunakan sebagai media informasi resmi, media promosi, dan sarana penguatan identitas sekolah.

KESIMPULAN DAN REKOMENDASI

Perancangan buku profil MTs NU Berbek dilakukan sebagai upaya untuk menyediakan media informasi dan promosi yang mampu menyampaikan identitas, karakter, serta informasi sekolah secara lebih sistematis. Berdasarkan hasil pengumpulan data melalui wawancara dengan kepala sekolah dan guru, observasi, serta dokumentasi, diperoleh berbagai informasi mengenai sekolah, meliputi sejarah, visi dan misi, kurikulum, jumlah siswa, fasilitas, program, kegiatan, serta informasi pendukung lainnya. Data tersebut menjadi dasar dalam menentukan kebutuhan konten dan arah visual buku profil.

Proses perancangan menggunakan metode Design Thinking yang terdiri atas tahap Empathize, Define, Ideate, Prototype, dan Test. Tahapan tersebut digunakan untuk memahami kebutuhan sekolah, merumuskan permasalahan, mengembangkan konsep, menghasilkan prototype, serta melakukan evaluasi dan penyempurnaan rancangan. Penerapan prinsip Desain Komunikasi Visual melalui pemilihan warna, tipografi, layout, fotografi, ilustrasi, dan elemen grafis menghasilkan rancangan buku profil yang informatif, komunikatif, dan memiliki kesatuan visual dengan karakter MTs NU Berbek.

Buku profil yang dihasilkan dapat digunakan sebagai media informasi resmi sekaligus media promosi sekolah dalam memperkenalkan profil, program, fasilitas, kegiatan, dan keunggulan MTs NU Berbek kepada masyarakat. Perancangan ini juga memberikan alternatif media komunikasi visual yang dapat membantu sekolah menyampaikan identitasnya secara lebih terstruktur dan konsisten.

Pengembangan buku profil MTs NU Berbek selanjutnya disarankan untuk dilakukan secara berkala dengan memperbarui data sekolah, seperti jumlah siswa, tenaga pendidik, program, prestasi, fasilitas, dan kegiatan agar informasi yang disampaikan tetap relevan. Dokumentasi foto dan materi visual juga perlu diperbarui secara rutin sehingga buku profil dapat merepresentasikan kondisi sekolah secara aktual.

Untuk penelitian selanjutnya, proses perancangan dapat dilengkapi dengan pengujian kepada target audiens, seperti calon peserta didik dan orang tua, untuk mengetahui tingkat keterbacaan, daya tarik, pemahaman informasi, serta efektivitas buku profil sebagai media promosi. Hasil pengujian tersebut dapat menjadi dasar untuk mengembangkan media profil sekolah yang lebih sesuai dengan kebutuhan pengguna.

REFERENSI

AlAzhari, M. R., Prabandaru, H., Anggia, R. H., Rurianto, J., & Widiatmoko Soewardikoen, D. (2024). PENERAPAN METODE DESIGN THINKING PADA MODEL PERANCANGAN UI / UX APLIKASI ISTIQOMAH. *ANDHARUPA: Jurnal Desain Komunikasi Visual & Multimedia*, *10*(03), 307–324. https://doi.org/10.33633/andharupa.v10i03.9390

Ermayanti, Haris Fahri Asti, Lusi Windi Ani, Putri Aulia I, Yuni Mahrani, & Erwan Efendi. (2023). LEMBAGA PENDIDIKAN SEBAGAI SUATU SYSTEM SOSIAL. *Jurnal Binagogik*, *10*(2), 201–205. https://doi.org/10.61290/pgsd.v10i2.581

Maimunah, M., Sunarya, L., & Larasati, N. (2012). MEDIA COMPANY PROFILE SEBAGAI

SARANA PENUNJANG INFORMASI DAN PROMOSI. *CCIT Journal*, *5*(3), 281–301. https://doi.org/10.33050/ccit.v5i3.155

Mauidzoh, U., Indrianingsih, Y., & Ayuningtyas, A. (2022). Analisis efektivitas desain komunikasi visual sebagai media promosi menggunakan customer response index. *Angkasa: Jurnal Ilmiah Bidang Teknologi*, *14*(2). https://doi.org/10.28989/angkasa.v14i2.1235

Mustahibah, H. A., Hastawan, A. F., & . D. (2025). Perancangan Media Booklet Company Profile PT Pratama Jaya Safety Sebagai Media Promosi. *MAVIB Journal*, *6*(1), 12–21. https://doi.org/10.33050/mavib.v6i1.3149

Odillia, L., & Rohiman, R. (2023). Logo menggunakan 7 Stage of a Creative Logo Untuk Meningkatkan Brand Image SD Negeri 2 Kutoharjo. *GESTALT*, *5*(1), 33–42. https://doi.org/10.33005/gestalt.v5i1.138

Oscar Ade Gunawan, & Masnuna Masnuna. (2023). Perancangan Company Profile Sebagai Media Promosi PT Bhineka Advertising. *Student Research Journal*, *1*(6), 62–69. https://doi.org/10.55606/srjyappi.v1i6.785

Ulita, N., & Hananto, B. A. (2022). Implementation of Design Thinking Method in Visual Communication Design. *Eduvest - Journal of Universal Studies*, *2*(8). https://doi.org/10.59188/eduvest.v2i8.539

Usman, I. (2025). Komunikasi Visual Dalam Branding: Peran Desain Grafis Dalam Membangun Identitas Merek. *Jurnal Pendidikan, Hukum, Komunikasi*, *1*(1), 14–25. https://doi.org/10.69623/j-dikumsi.v1i1.44

Wijayanto, C. S., Alam, B. P., & Masri, Z. A. (2021). Pembuatan Buku Profil Taman Kanak-Kanak dan Taman Pendidikan Al-Qur'an Daarussa'adah Depok. *KANGMAS: Karya Ilmiah Pengabdian Masyarakat*, *2*(2), 86–96. https://doi.org/10.37010/kangmas.v2i2.234