PERAN IDENTITAS VISUAL DALAM PENGUATAN BRANDING UMKM SEBAGAI UPAYA MENDUKUNG KEBERLANJUTAN USAHA PADA WARUNG MBAK MUS

Akhmad Rizky Affandi [1)]
[1)]Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jawa Timur
akhrzky@gmail.com

ABSTRAK

Warung Mbak Mus merupakan UMKM kuliner yang telah beroperasi sejak tahun 2005 dan mempertahankan eksistensinya melalui sajian kuliner khas Jawa Timur. Meskipun telah memiliki pengenalan yang baik di lingkungan lokal, usaha ini belum didukung oleh sistem identitas visual yang mampu merepresentasikan karakter usahanya secara konsisten. Kondisi tersebut menunjukkan adanya kesenjangan antara reputasi usaha yang telah terbentuk dengan representasi visual yang dimiliki. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis peran identitas visual dalam penguatan branding UMKM sebagai upaya mendukung keberlanjutan usaha pada Warung Mbak Mus. Penelitian menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif dengan metode studi kasus. Pengumpulan data dilakukan melalui observasi, wawancara, dan dokumentasi, kemudian dianalisis berdasarkan implementasi sistem identitas visual yang mencakup logo, warna, tipografi, *Graphic Standard Manual* (GSM), supergrafis, serta penerapannya pada berbagai media komunikasi visual. Hasil analisis menunjukkan bahwa implementasi sistem identitas visual mampu membangun konsistensi komunikasi visual melalui penerapan elemen identitas secara terpadu pada berbagai media. Konsistensi tersebut menunjukkan peran identitas visual dalam memperkuat branding melalui representasi merek yang lebih terarah dan mudah dikenali, sehingga mendukung pembentukan identitas usaha sebagai salah satu upaya menuju keberlanjutan usaha pada Warung Mbak Mus.

Kata Kunci : identitas visual, sistem identitas visual, branding UMKM, UMKM kuliner, keberlanjutan usaha.

ABSTRACT

Warung Mbak Mus is a culinary Micro, Small, and Medium Enterprise (MSME) that has been operating since 2005 and has maintained its presence through traditional East Javanese cuisine. Despite having strong local recognition, the business has not been supported by a visual identity system capable of consistently representing its brand character. This condition indicates a gap between the business reputation that has been established over time and its visual brand representation. This study aims to analyze the role of visual identity in strengthening MSME branding as an effort to support business sustainability at Warung Mbak Mus. A descriptive qualitative approach with a case study method was employed in this research. Data were collected through observation, interviews, and documentation, and analyzed based on the implementation of the visual identity system, including the logo, color palette, typography, Graphic Standard Manual (GSM), supergraphics, and their application across various visual communication media. The analysis indicates that the implementation of a visual identity system creates consistent visual communication through the integrated use of identity elements across multiple media. This consistency demonstrates the role of visual identity in reinforcing branding by establishing a more structured and recognizable brand representation, thereby contributing to a stronger business identity as part of a broader effort to support long-term business sustainability at Warung Mbak Mus.

Keywords : *visual identity, visual identity system, MSME branding, culinary MSMEs, business sustainability.*

PENDAHULUAN

Di tengah persaingan UMKM kuliner, usaha perlu memiliki ciri khas dan identitas pada merek untuk membedakan diri dari kompetitor (Megaputri et al., 2023). Salah satu unsur pendukungnya adalah identitas visual, yaitu elemen desain seperti logo, warna, dan tipografi yang mewakili dan mengomunikasikan identitas usaha (Farih & Anggalih, 2023). Identitas visual berkaitan erat dengan

branding karena menjadi wajah pertama yang dikenali masyarakat ketika sebuah merek muncul (Gunarso et al., 2023). Identitas visual yang kuat dan konsisten memudahkan konsumen mengenali dan mengingat merek (Farih & Anggalih, 2023) serta dapat memperkuat daya saing UMKM (Hasyim & Herwanto, 2025). Sebaliknya, ketidakkonsistenan identitas visual berdampak pada rendahnya pengenalan merek di masyarakat (Hasyim & Herwanto, 2025), dan ketiadaannya membuat usaha sulit dikenali calon pelanggan baru (Aqilla, 2026).

Kondisi tersebut juga dialami Warung Mbak Mus, UMKM kuliner yang beroperasi sejak 2005 dengan menu khas Jawa Timur seperti rujak cingur dan gado-gado. Selama menjalankan usahanya, warung ini telah memiliki pelanggan tetap dan dikenal oleh masyarakat sekitar. Namun, berdasarkan observasi dan wawancara dengan pemilik, Warung Mbak Mus belum memiliki sistem identitas visual yang merepresentasikan karakter usahanya secara konsisten. Identitas usaha masih diterapkan secara sederhana, tanpa logo yang memiliki konsep jelas, pedoman identitas visual, maupun penerapan visual yang seragam pada media komunikasi, sehingga karakter merek belum tersampaikan secara optimal kepada konsumen.

Penelitian terdahulu telah merancang identitas visual UMKM, antara lain Foodey's (Megaputri et al., 2023), UMKM Ibu Musriani (Farih & Anggalih, 2023), Kedai Ukemi (Hasyim & Herwanto, 2025), dan Warung Mbak Hesty (Aqilla, 2026), yang umumnya mencakup logo dan media penerapannya. Penelitian-penelitian tersebut menitikberatkan pada proses dan hasil perancangan, dengan pengujian dampak yang masih terbatas. Hasil rancangan Hasyim dan Herwanto (2025) masih berupa konsep dan mockup, dan mereka menyarankan penelitian lanjutan untuk mengukur dampaknya terhadap brand awareness, loyalitas konsumen, penjualan, dan keberlanjutan usaha. Aqilla (2026) menguji rancangannya lewat kuesioner terhadap 11 responden dan menyimpulkan bahwa identitas visual efektif meningkatkan informasi dan minat pelanggan. Namun, penilaiannya terbatas pada estetika, kesesuaian merek, dan kemudahan informasi, serta belum mengkaji peran identitas visual dalam penguatan branding dan keberlanjutan usaha.

Berdasarkan kondisi tersebut, penelitian ini diawali dengan analisis kondisi identitas visual Warung Mbak Mus sebagai dasar perancangan sistem identitas visual. Perancangan meliputi logo, warna, tipografi, Graphic Standard Manual (GSM), supergrafis, dan penerapannya pada media komunikasi visual. Hasil perancangan kemudian dianalisis berdasarkan prinsip identitas visual dan branding, serta didukung kuesioner sebagai data pelengkap mengenai persepsi responden. Penelitian ini bertujuan menjelaskan peran sistem identitas visual dalam penguatan branding Warung Mbak Mus sebagai upaya menuju keberlanjutan usaha.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif dengan metode studi kasus untuk mengidentifikasi kondisi identitas visual Warung Mbak Mus dan kebutuhan pengembangannya (Sugiyono, 2019). Pengumpulan data dilakukan melalui observasi terhadap penggunaan logo, kemasan, dan media komunikasi visual yang digunakan oleh usaha tersebut. Wawancara dilakukan secara langsung dengan pemilik usaha untuk memperoleh informasi mengenai sejarah usaha, karakteristik produk, target konsumen, serta permasalahan branding yang dihadapi. Data yang diperoleh digunakan sebagai dasar dalam mengidentifikasi permasalahan dan merumuskan kebutuhan perancangan identitas visual.

Proses perancangan dilakukan berdasarkan hasil analisis data dengan mempertimbangkan karakteristik usaha dan kebutuhan branding Warung Mbak Mus. Perancangan sistem identitas visual meliputi pengembangan logo, penetapan warna, tipografi, supergrafis, serta penyusunan Graphic Standard Manual (GSM). Identitas visual yang telah dikembangkan kemudian diterapkan pada berbagai media komunikasi visual untuk membentuk representasi merek yang konsisten. Tahapan tersebut mengacu pada praktik perancangan identitas visual UMKM yang menekankan pengembangan elemen visual dan penerapannya pada media pendukung (Megaputri et al., 2023; Hasyim & Herwanto, 2025).

Evaluasi hasil perancangan dilakukan melalui penyebaran kuesioner kepada 30 responden dengan menggunakan skala Likert lima tingkat. Kuesioner digunakan untuk mengetahui persepsi responden

terhadap kesesuaian logo dengan karakter usaha, pemilihan warna, keterbacaan tipografi, konsistensi identitas visual, serta kemampuan identitas visual dalam merepresentasikan Warung Mbak Mus. Data hasil observasi dan wawancara dianalisis secara deskriptif untuk mengidentifikasi kebutuhan perancangan, sedangkan hasil kuesioner diolah melalui distribusi frekuensi dan persentase. Hasil evaluasi tersebut digunakan sebagai data pendukung untuk menggambarkan persepsi responden terhadap sistem identitas visual yang telah dirancang.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Analisis Kebutuhan Identitas Visual Warung Mbak Mus

Warung Mbak Mus merupakan UMKM kuliner di Desa Anggaswangi, Sidoarjo, yang telah beroperasi sejak 2005. Usaha ini menyajikan makanan tradisional, seperti rujak cingur dan gado-gado. Hasil observasi menunjukkan bahwa tampilan warung masih sederhana dan belum didukung sistem identitas visual yang konsisten. Kondisi tersebut menyebabkan karakter usaha belum terwakili secara optimal melalui tampilan visualnya, sebagaimana terlihat pada Gambar 1.



Gambar 1. Kondisi Warung Mbak Mus sebelum dilakukan perancangan identitas visual.
Sumber: Dokumentasi Pribadi, 2025

Media komunikasi visual Warung Mbak Mus masih terbatas pada banner yang memuat daftar menu dan harga, sebagaimana ditunjukkan pada Gambar 2. Banner tersebut belum didukung elemen visual yang konsisten, seperti logo, warna identitas, dan tipografi khas. Akibatnya, media komunikasi yang digunakan masih berfokus pada penyampaian informasi dan belum membentuk identitas merek yang kuat. Pengembangan identitas visual yang terpadu dapat mendukung representasi merek melalui penerapan elemen visual pada berbagai media komunikasi (Megaputri et al., 2023).



Gambar 2. Banner menu Warung Mbak Mus sebelum dilakukan perancangan identitas visual.
Sumber: Dokumentasi Pribadi, 2025

Hasil wawancara dengan pemilik menunjukkan adanya kebutuhan terhadap tampilan usaha yang lebih menarik dan tertata tanpa menghilangkan karakter tradisionalnya. Temuan tersebut menjadi dasar pengembangan identitas visual yang tidak hanya berfokus pada logo, tetapi juga mencakup warna, tipografi, dan supergrafis. Elemen-elemen tersebut kemudian disusun dalam Graphic Standard Manual (GSM) dan diterapkan pada berbagai media komunikasi visual. Perancangan ini diharapkan dapat

merepresentasikan karakter Warung Mbak Mus secara konsisten serta mendukung penguatan branding usaha.

Perancangan Sistem Identitas Visual Warung Mbak Mus

Perancangan sistem identitas visual Warung Mbak Mus dilakukan untuk merepresentasikan karakter usaha sebagai UMKM kuliner tradisional. Perancangan ini mencakup pengembangan logo, warna, tipografi, dan supergrafis yang saling terintegrasi. Setiap elemen dirancang untuk membentuk identitas merek yang konsisten dan mudah dikenali. Hasil pengembangan logo primer ditampilkan pada Gambar 3.



Gambar 3. Logo primer Warung Mbak Mus.
Sumber: Dokumentasi Pribadi, 2025

Logo menggunakan pendekatan combination mark yang memadukan picture mark dan letter mark untuk menghubungkan simbol visual dengan nama usaha (Rustan, 2013). Picture mark berupa siluet perempuan Jawa yang sedang mengulek, sebagai representasi proses pengolahan bumbu secara tradisional dan karakter kuliner Warung Mbak Mus. Sementara itu, letter mark memperjelas nama usaha, sedangkan keterangan “Sejak 2005” menunjukkan keberlangsungan usaha. Filosofi setiap elemen logo ditampilkan pada Gambar 4.



Gambar 4. Filosofi logo Warung Mbak Mus.
Sumber: Dokumentasi Pribadi, 2025

Siluet perempuan berkonde merepresentasikan sosok perempuan Jawa dan karakter pemilik usaha, sedangkan elemen uleg menggambarkan proses pengolahan makanan secara tradisional. Bentuk persegi digunakan untuk menyampaikan kesan hangat, terlindungi, dan rumahan yang sesuai dengan karakter Warung Mbak Mus. Perpaduan elemen tersebut membentuk simbol yang merepresentasikan nilai dan karakter usaha. Untuk memperkuat identitas merek, logo dilengkapi dengan sistem warna, tipografi, dan supergrafis sebagaimana ditampilkan pada Gambar 5.



Gambar 5. Sistem identitas visual Warung Mbak Mus (warna, tipografi, dan supergrafis).
Sumber: Dokumentasi Pribadi, 2025

Warna merah digunakan sebagai warna utama untuk menampilkan kesan semangat, sedangkan warna hitam memberikan kesan tegas dan mendukung keterbacaan. Warna pendukung dipilih untuk menjaga keseimbangan komposisi visual. Tipografi Fright Night Regular digunakan sebagai logotype, sementara RockoUltraFLF berfungsi sebagai tipografi pendukung untuk informasi pada media aplikasi. Supergrafis yang dikembangkan dari elemen logo melengkapi sistem identitas visual agar karakter merek tetap konsisten meskipun logo tidak ditampilkan secara dominan.

Seluruh elemen identitas visual kemudian disusun dalam Graphic Standard Manual (GSM) sebagai pedoman penerapan identitas merek. Dokumen ini memuat aturan penggunaan logo, sistem grid, konfigurasi logo, ukuran minimum, zona aman (clear space), spesifikasi warna, tipografi, dan elemen grafis. Pedoman tersebut digunakan untuk menjaga keseragaman penerapan identitas visual pada berbagai media. Dengan demikian, penggunaan elemen visual Warung Mbak Mus memiliki acuan yang jelas untuk mendukung konsistensi merek.



Gambar 6. Implementasi sistem identitas visual pada berbagai media.
Sumber: Dokumentasi Pribadi, 2025

Implementasi identitas visual diterapkan pada berbagai media operasional dan komunikasi pemasaran, meliputi kartu nama, nota, apron, label kemasan, stempel, buku menu, X-banner, kaos pegawai, penanda buka–tutup, peralatan makan, stand booth, sticker roll, dan konten Instagram. Pemilihan media tersebut disesuaikan dengan kebutuhan usaha dan titik interaksi (touchpoint) antara Warung Mbak Mus

dengan konsumen. Penerapan elemen visual secara konsisten pada media tersebut diharapkan mendukung pengenalan merek dan membentuk citra usaha yang lebih terpadu. Hasil perancangan selanjutnya dievaluasi melalui kuesioner untuk mengetahui persepsi responden terhadap identitas visual yang dikembangkan.

Analisis Hasil Perancangan Identitas Visual Warung Mbak Mus

Hasil perancangan menghasilkan sistem identitas visual yang mengintegrasikan logo, warna, tipografi, dan supergrafis ke dalam berbagai media komunikasi. Keterpaduan elemen tersebut membentuk karakter visual yang selaras dengan konsep Warung Mbak Mus sebagai usaha kuliner tradisional. Penggunaan elemen yang saling berkaitan memungkinkan identitas diterapkan secara konsisten meskipun pada media yang berbeda. Dengan demikian, hasil perancangan tidak hanya berupa logo, tetapi juga sistem visual yang mendukung kebutuhan komunikasi usaha.

Dari sisi representasi merek, penggunaan siluet perempuan Jawa dan aktivitas mengulek menjadi unsur utama yang menghubungkan identitas visual dengan karakter usaha. Unsur tersebut merepresentasikan latar budaya dan proses pengolahan makanan tradisional yang berkaitan dengan produk Warung Mbak Mus. Penerapan warna, tipografi, dan supergrafis turut memperkuat karakter visual tersebut pada berbagai media. Perpaduan elemen ini membentuk identitas yang lebih spesifik dibandingkan penggunaan media informasi yang hanya memuat nama usaha dan daftar menu.

Penerapan identitas visual pada kemasan, perlengkapan usaha, media informasi, dan media sosial memperluas penggunaannya pada berbagai titik interaksi dengan konsumen. Keberadaan Graphic Standard Manual (GSM) menyediakan pedoman untuk menjaga konsistensi penerapan elemen visual pada media tersebut. Hasil perancangan ini memberikan dasar bagi Warung Mbak Mus untuk menggunakan identitas visual secara lebih terarah dalam aktivitas operasional dan komunikasi pemasaran. Selanjutnya, pembahasan mengenai peran sistem identitas visual dalam penguatan branding dilakukan berdasarkan hasil evaluasi responden.

Peran Sistem Identitas Visual dalam Penguatan Branding

Untuk mengetahui peran sistem identitas visual dalam penguatan branding Warung Mbak Mus, dilakukan evaluasi terhadap 30 responden menggunakan delapan pernyataan yang berkaitan dengan daya tarik visual, representasi karakter, konsistensi identitas, diferensiasi merek, hingga penguatan branding. Hasil evaluasi menunjukkan bahwa mayoritas responden memberikan tanggapan positif terhadap sistem identitas visual yang telah dirancang, sebagaimana ditunjukkan pada Tabel 1.

Tabel 1. Hasil Evaluasi Peran Sistem Identitas Visual terhadap Penguatan Branding Warung Mbak Mus

No	Pertanyaan	SS	S	TS	STS
1	Sistem identitas visual Warung Mbak Mus memiliki tampilan yang menarik.	11	16	3	0
2	Sistem identitas visual mampu merepresentasikan karakter tradisional, autentik, dan rumahan.	15	14	1	0
3	Sistem identitas visual memudahkan saya mengenali identitas Warung Mbak Mus.	14	15	1	0

4	Penerapan identitas visual pada berbagai media terlihat konsisten.	13	15	2	0
5	Sistem identitas visual membuat Warung Mbak Mus memiliki ciri khas dibandingkan usaha kuliner lain.	18	10	2	0
6	Sistem identitas visual membuat Warung Mbak Mus terlihat lebih profesional.	19	10	1	0
7	Sistem identitas visual memudahkan saya mengingat Warung Mbak Mus.	17	12	1	0
8	Sistem identitas visual berperan dalam memperkuat branding Warung Mbak Mus.	18	11	1	0

Sumber: Hasil Olah Data Peneliti, 2026

Hasil evaluasi menunjukkan bahwa mayoritas responden memberikan tanggapan positif terhadap sistem identitas visual yang telah dirancang. Pada aspek representasi karakter, sebanyak 15 responden (50%) menyatakan sangat setuju dan 14 responden (46,7%) menyatakan setuju bahwa sistem identitas visual mampu merepresentasikan karakter tradisional, autentik, dan rumahan Warung Mbak Mus. Selain itu, 14 responden (46,7%) menyatakan sangat setuju dan 15 responden (50%) menyatakan setuju bahwa sistem identitas visual memudahkan mereka mengenali identitas Warung Mbak Mus. Temuan tersebut menunjukkan bahwa elemen-elemen visual yang dikembangkan mampu menerjemahkan karakter usaha ke dalam bentuk visual sehingga identitas merek menjadi lebih mudah dikenali oleh konsumen.

Pada aspek konsistensi visual dan diferensiasi merek, hasil evaluasi juga menunjukkan kecenderungan yang positif. Sebanyak 13 responden (43,3%) menyatakan sangat setuju dan 15 responden (50%) menyatakan setuju bahwa penerapan identitas visual pada berbagai media telah dilakukan secara konsisten. Selanjutnya, 18 responden (60%) menyatakan sangat setuju dan 10 responden (33,3%) menyatakan setuju bahwa sistem identitas visual memberikan ciri khas yang membedakan Warung Mbak Mus dari usaha kuliner sejenis. Hasil tersebut mengindikasikan bahwa penerapan identitas visual yang konsisten mampu memperjelas karakter merek sekaligus meningkatkan diferensiasi di tengah persaingan UMKM kuliner.

Peran sistem identitas visual terhadap penguatan branding juga terlihat dari indikator profesionalitas, *brand recognition*, dan branding. Sebanyak 19 responden (63,3%) menyatakan sangat setuju dan 10 responden (33,3%) menyatakan setuju bahwa identitas visual membuat Warung Mbak Mus terlihat lebih profesional. Selanjutnya, 17 responden (56,7%) menyatakan sangat setuju dan 12 responden (40%) menyatakan setuju bahwa sistem identitas visual memudahkan mereka mengingat Warung Mbak Mus. Pada indikator utama penelitian, yaitu peran sistem identitas visual dalam memperkuat branding, sebanyak 18 responden (60%) menyatakan sangat setuju dan 11 responden (36,7%) menyatakan setuju. Temuan tersebut menunjukkan bahwa sistem identitas visual tidak hanya meningkatkan kualitas tampilan visual, tetapi juga membentuk persepsi yang lebih profesional, memperkuat daya ingat terhadap merek, serta meningkatkan pengenalan Warung Mbak Mus di mata konsumen.

Temuan tersebut sejalan dengan Gunarso et al. (2023) yang menjelaskan bahwa identitas visual merupakan wajah pertama yang dikenali masyarakat ketika sebuah merek muncul, berfungsi sebagai tanda pembeda dari usaha sejenis, serta perlu mengomunikasikan citra merek yang sama secara menyeluruh melalui seluruh media yang dimiliki. Farih dan Anggalih (2023) juga menyimpulkan bahwa identitas visual membantu konsumen mengenali dan mengingat produk dengan lebih mudah. Dari sisi pengujian, Aqilla (2026) pada warung makanan tradisional di Sidoarjo melaporkan bahwa seluruh responden sangat setuju bahwa rancangan identitas visual meningkatkan informasi dan minat

pelanggan. Dengan demikian, sistem identitas visual yang dirancang pada Warung Mbak Mus menunjukkan peran yang positif dalam mendukung penguatan branding melalui peningkatan pengenalan merek, penyampaian karakter usaha secara lebih jelas, serta pembentukan citra usaha yang lebih profesional.

KESIMPULAN DAN REKOMENDASI

Penelitian ini menunjukkan bahwa Warung Mbak Mus belum memiliki sistem identitas visual yang mampu merepresentasikan karakter usaha secara konsisten, sehingga komunikasi visual yang dibangun masih terbatas pada media informasi sederhana dan belum membentuk identitas merek yang kuat. Untuk menjawab permasalahan tersebut, dirancang sistem identitas visual yang meliputi logo, warna, tipografi, supergrafis, Graphic Standard Manual (GSM), serta implementasinya pada berbagai media komunikasi visual sesuai dengan kebutuhan operasional usaha. Hasil evaluasi terhadap 30 responden menunjukkan bahwa sistem identitas visual memperoleh tanggapan positif dalam merepresentasikan karakter usaha, membangun konsistensi visual, meningkatkan kemudahan pengenalan merek, memperkuat diferensiasi, serta membentuk citra usaha yang lebih profesional. Temuan tersebut menunjukkan bahwa sistem identitas visual memiliki peran dalam penguatan branding Warung Mbak Mus melalui pembentukan identitas merek yang lebih jelas, mudah dikenali, dan konsisten, sehingga dapat menjadi salah satu strategi komunikasi visual yang mendukung keberlanjutan UMKM.

Berdasarkan hasil penelitian, Warung Mbak Mus disarankan untuk menerapkan sistem identitas visual secara konsisten pada seluruh media operasional maupun media promosi dengan mengacu pada pedoman yang telah disusun dalam Graphic Standard Manual (GSM). Konsistensi penerapan tersebut diharapkan mampu mempertahankan karakter merek serta meningkatkan efektivitas komunikasi visual dalam jangka panjang. Selain itu, penelitian selanjutnya dapat mengembangkan kajian mengenai implementasi sistem identitas visual terhadap aspek lain, seperti brand awareness, loyalitas pelanggan, atau pengaruhnya terhadap peningkatan kinerja pemasaran UMKM, sehingga diperoleh gambaran yang lebih komprehensif mengenai kontribusi identitas visual terhadap pengembangan usaha.

REFERENSI

Aqilla, E. L. (2026). Perancangan identitas visual pada Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) Warung Mbak Hesty. *Journal of Design and Creative Media Studies, 1*(1), 183-199.

Farih, F. N., & Anggalih, N. N. (2023). Perancangan identitas visual UMKM Ibu Musriani di Kabupaten Nganjuk. *Jurnal Desain Grafis Aplikatif, 1*(1), 145-156.

Gunarso, P., Hananto, B. A., & Suwanto, K. M. (2023). Perancangan Ulang Identitas Visual & Kemasan "Omah Rempeyek Maheswari". *Jurnal Strategi Desain dan Inovasi Sosial, 4*(2), 104-115.

Hasyim, Z. A. N., & Herwanto, A. P. (2025). Perancangan identitas UMKM Kedai Ukemi dan implementasinya pada media komunikasi visual. *Journal of Language Literature and Arts*, *5*(8), 975-986.

Megaputri, S. D., & Prastiwinarti, W. (2023). Desain Identitas Visual Sebagai Media Branding UMKM Foodey's. *Jurnal Katamata, 1*(1), 30-38.

Rustan, S. (2013). *Mendesain logo*. Gramedia Pustaka Utama.

Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.