

**BRANDING UMKM SUARI SNACKS  
DI DAERAH SEMPIDI, BADUNG**



Oleh :

Ida Bagus Gede Adnyana Putra  
(202006050)

Dosen Pengampu :

Ida Ayu Dwita Krisna Ari, S.Sn., M.Sn

I Wayan Nuriarta

Ni Putu Sri Wahyuning, S.Ds., M.Sn

**PROGRAM STUDI DESAIN KOMUNIKASI VISUAL  
FAKULTAS SENI RUPA DAN DESAIN  
INSTITUT SENI INDONESIA DENPASAR**

**2022**

## ABSTRAK

Masa kini Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) merupakan tulang punggung bagi perekonomian nasional. Sektor ini mampu menggerakkan perekonomian masyarakat dan menyerap tenaga kerja yang dapat dikatakan dalam jumlah besar. Sebuah UMKM itu sangat penting untuk melakukan branding, karena berfungsi untuk menanamkan citra positif kepada konsumen agar sebuah usaha mudah diingat oleh masyarakat atau konsumen dalam jangka waktu yang panjang. Sebuah UMKM penjual kripik milik Ibu Suari di Kawasan Sempidi, Badung ini sudah berjalan selama 11 tahun, tetapi sama sekali belum memiliki media yang dapat mendukung branding dari usaha ini, termasuk nama usaha. Jadi pada artikel ini dibahas mengenai pembuatan beberapa jenis media branding dari UMKM milik Ibu Suari yang diberikan nama Suari Snacks, media yang dibuat ini berdasarkan analisis studi literatur, dengan menggunakan konsep warna, tipografi, dan komposisi yang memberikan kesan profesional dengan sesuai karakteristik produknya. Adapun jenis-jenis media terpilih yang dapat mendukung branding dari Suari Snack, yang pertama adalah Logo, elemen grafis yang berbentuk ideogram, simbol, emblem, ikon, tanda yang digunakan sebagai lambang sebuah merek, kemudian packaging yang bertujuan untuk menambah estetika dan melindungi sebuah produk saat akan dikirim, disimpan atau dijajakan, lalu kartu nama, sebagai informasi kontak yang dapat dihubungi untuk pelanggan yang akan memesan kripik di kemudian hari, kemudian glass sign yang berfungsi untuk memudahkan pembeli dalam menemukan tempat usaha Suari Snacks dikarenakan usaha yang masih didalam rumah, dan yang terakhir adalah paper bag, karena jenis tas ini menggunakan bahan yang ramah lingkungan jadi sangat cocok sebagai pengganti dari kantong belanja plastik, dan penggunaan paper bag ini juga dapat digunakan sebagai tanda pengenalan Suari Snacks agar diketahui banyak orang.

**Kata kunci:** *Branding, UMKM, Sempidi, Badung*

## ABSTRACT

*Today, Micro, Small and Medium Enterprises (MSME) are the backbone of the national economy. This sector is able to move the community's economy and absorb a large number of workers. An MSME is very important for branding, because it serves to instill a positive image to consumers so that a business is easily*

*remembered by the public or consumers in the long term. An MSME selling chips belonging to Mrs. Suari in the Sempidi Region, Badung has been running for 11 years, but does not have any media that can support the branding of this business, including the business name. So, in this article we discuss the manufacture of several types of branding media from Ms. Suari's MSME, which are named Suari Snacks, the media created is based on an analysis of literature studies, using the concepts of color, typography, and composition that give a professional impression according to the characteristics of the product. The selected types of media that can support the branding of Suari Snack, the first is Logo, graphic elements in the form of ideograms, symbols, emblems, icons, signs used as symbols of a brand, then packaging which aims to add aesthetics and protect a product when it will be sent, stored or sold, then a business card, as contact information that can be contacted for customers who will order chips in the future, then a glass sign that serves to make it easier for buyers to find the place of business for Suari Snacks because the business is still in the house, and the last one is the paper bag, because this type of bag uses environmentally friendly materials so it's very suitable to replace the use of plastic shopping bags, and this paper bag can also be used as a Suari Snacks identification so that many people will know it.*

**Keywords:** *Branding, MSME, Sempidi, Badung*

## **PENDAHULUAN**

Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) sangat memiliki peranan penting dalam meningkatkan perekonomian Indonesia. UMKM sendiri memiliki intensitas tenaga kerja yang relative tinggi dan jumlah investasi yang kecil sehingga UMKM lebih fleksibel dalam menghadapi perubahan dalam pasar.

Kawasan kelurahan Sempidi merupakan lokasi pusat dari pemerintahan Kabupaten Badung, salah satu dari banyaknya UMKM yang berada didaerah ini adalah usaha dari Ibu Suari yang menjual beraneka ragam jenis kripik, usaha ini masih bersifat rumahan dan hanya dibuat jika ada pesanan karena kurangnya modal yang ia miliki, adapun kripik andalan yang dimilikinya yaitu kripik peyek ayam yang sangat renyah dan juga kaya akan rempah, Ibu Suari biasanya menjual kripik buaatannya ke toko-toko yang ada disekitar sana, usaha kripik ini sudah Ibu Suari geluti dari tahun 2011 dan masih bertahan sampai sekarang, walaupun bisa dikatakan sudah sangat lama menjalani usaha ini, usaha kripik dari Ibu Suari sama sekali belum memiliki nama brand, selain itu dimasa persaingan yang sangat ketat ini jika UMKM tidak gencar melakukan *branding* pada usahanya maka tidak dipungkiri lambat laun akan gulung tikar.

Kebanyakan dari para pelaku bisnis UMKM serupa, mereka masih berfokus pada aspek keuntungan saja dan melupakan sisi *branding*-nya, para pelaku UMKM kebanyakan masih belum mengetahui dan memahami manfaat dari *branding* itu sendiri, padahal *branding* itu memiliki fungsi utama yaitu sebagai salah satu sarana untuk menanamkan citra positif kepada konsumen agar senantiasa diingat oleh masyarakat atau konsumen dalam jangka waktu yang panjang, sehingga *branding* itu sangat perlu dipahami oleh para pelaku UMKM.

Maka dari itu, karena usaha kripik Ibu Suari mencerminkan identitas Bali karena produknya yang masih menggunakan rempah dan bumbu tradisional, jadi diperlukan *branding* pada usaha ini agar dapat bersaing dengan UMKM sejenis lainnya, *branding* ini meliputi nama brand dan logo sebagai identitas dari usaha Ibu Suari dan disini saya menggunakan nama “Suari Snack” sebagai nama usahanya yang diambil dari nama pemiliknya yang memiliki arti pesona dan karisma, kemudian packaging untuk menambah estetika dan minat pembeli untuk membeli produk yang jual, lalu kartu nama sebagai informasi kontak yang dapat di hubungi untuk pelanggan yang akan memesan kripik dikemudian hari, selanjutnya ialah *paper bag* yang digunakan sebagai pengganti kantong belanja plastik yang ramah lingkungan, dan yang terakhir adalah *glass sign* dimana berfungsi untuk memudahkan pembeli dalam menemukan tempat usaha Ibu Suari ini dikarenakan usahanya yang masih rumahan.

## **METODE PENELITIAN**

Dalam menyusun “Branding UMKM Suari Snack Di Daerah Sempidi, Badung” ini tentu diperlukan metode perancangan dan media pendukung agar dapat terlaksana dengan baik dalam proses perancangannya. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif, jadi data yang dikumpulkan itu berupa kata-kata, gambar, dan bukan angka-angka. Semua data yang terkumpul berkemungkinan menjadi kata kunci terhadap apa yang sudah diteliti. Dengan demikian laporan penelitian akan berisi kutipan-kutipan data untuk memberi gambaran penyajian laporan tersebut (Moleong, 2009:11). Sumber data tersebut dikumpulkan menggunakan metode observasi, dokumentasi, dan wawancara

Metode observasi dilakukan dengan pengamatan secara langsung ke tempat produksi UMKM milik Ibu Suari yang beralamat di Jl. Apit Yeh No.59, Kecamatan Sempidi, Kota Badung, Bali. Kemudian penulis melakukan wawancara secara langsung Bersama pemilik UMKM yaitu Ibu Suari, dan penulis juga melakukan dokumentasi untuk produk dan berbagai macam hal yang berkaitan dengan usaha milik Ibu Suari

## **PROSES DAN HASIL PEMBAHASAN**

*Branding* merupakan salah satu strategi pemasaran yang saat ini banyak dilakukan oleh para pengusaha untuk memasarkan produk atau jasa yang mereka tawarkan. *Branding* dapat dilihat beberapa komoditas jenisnya melalui merek. Merek merupakan sebuah istilah, tanda, simbol, desain maupun kombinasi dari semuanya ini yang ditujukan untuk mengidentifikasi produk atau jasa dari sebuah perusahaan, yang membedakan produk/jasa tersebut dengan produk lain terutama produk kompetitornya. (Kotler, 1999). Merek merupakan bagian yang paling penting dari sebuah produk. Merek menjadi suatu nilai tambahan bagi sebuah produk baik yang berupa barang atau jasa.

Dari Teori *branding* yang sudah dipaparkan, maka lahirlah karya *branding* yang dikerjakan seperti logo, packaging, kartu nama, *glass sign*, dan juga *paper bag*. Untuk mewujudkan hal-hal tersebut maka penulis melakukan beberapa langkah berikut ini:

### **1. PENGUMPULAN DATA**

#### **A. OBSERVASI**

Salah satu metode pengumpulan data dengan cara mengamati maupun meninjau secara cermat dan langsung di lokasi penelitian untuk mengetahui kondisi yang terjadi atau membuktikan kebenaran dari sebuah penelitian yang sedang dilakukan. Dengan metode ini penulis melakukan observasi ke UMKM milik Ibu Suari yang bertempat di Jl. Apit Yeh No.59, Kecamatan Sempidi, Kota Badung, Bali.

## **B. WAWANCARA**

Merupakan proses untuk memperoleh keterangan untuk tujuan penelitian dengan cara tanya jawab antara penanya dan pewawancara dengan menjawab atau responden dengan menggunakan panduan wawancara. Dalam melakukan metode ini, penulis mencatat semua jawaban dari responden apa adanya. Pewawancara sesekali menyelingi jawaban responden, baik itu untuk meminta penjelasan maupun untuk meluruskan jawaban jikalau ada jawaban yang menyimpang dari pertanyaan. Jenis wawancara yang digunakan dalam penelitian ini adalah wawancara terstruktur. Wawancara ini menggunakan konsep yakni penulis sudah menyiapkan beberapa pertanyaan-pertanyaan tertulis sebelum dilakukannya metode ini. Disini, peneliti melakukan wawancara bersama Ibu Suari selaku pemilik usaha

## **C. DOKUMENTASI**

Menurut Djarm'an Satori, studi dokumentasi merupakan metode dengan cara mengumpulkan dokumen dan data-data yang diperlukan dalam mempermasalahkan penelitian lalu ditelaah secara lebih lanjut sehingga dapat mendukung dan menambah kepercayaan dan pembuktian sebuah kejadian. Dokumen yang akan digunakan pada penelitian ini dapat berupa data hasil wawancara, data penjualan selama satu bulan terakhir, sosial media yang dimiliki, aplikasi yang digunakan sebagai proses pembentukan brand.

## **2. MEDIA YANG DIBUAT**

### **A. LOGO**

Logo adalah elemen grafis yang berbentuk ideogram, simbol, emblem, ikon, tanda yang digunakan sebagai lambang sebuah *brand*. Logo adalah atribut utama *brand* yang terlihat secara fisik. Berikut merupakan proses kerja dari logo yang sudah penulis buat,



Gambar 1. Proses Kerja Awal dan Akhir Pembuatan Logo Suari Snacks

Dikarenakan UMKM milik Ibu Suari sama sekali belum memiliki nama *brand* apalagi logo untuk usahanya, penulis memutuskan untuk merekomendasikan nama Suari Snack, dimana arti dari nama Suari adalah pesona dan karisma. Adapun penjelasan mengenai logo yang telah penulis buat, yang pertama dari tipografi, disini penulis menggunakan tipografi berjenis sans serif karena ingin memberikan kesan tegas dan modern pada logo yang dibuat, kemudian untuk bagian ilustrasi pada huruf “U” berisikan wajah yang sedang menjulurkan lidahnya menandakan bahwa snack dari *brand* ini rasanya sangat nikmat, dan untuk bagian yang berisikan 3 buah segitiga itu memberikan gambaran bahwa snack merk ini sangat renyah, lalu dalam pemilihan warna penulis terinspirasi dari warna gelang tridatu sebagai identitas lokal pada logo ini yaitu dengan menggunakan warna merah, hitam, dan putih yang dapat melambangkan kekuatan.

Berikut ini merupakan beberapa desain logo yang sudah penulis buat untuk Suari Snacks:



Gambar 2. Beberapa Alternatif Logo Suari Snacks

## B. PACKAGING

Menurut Kementerian Negara Koperasi Usaha Kecil Dan Menengah (2009) Kemasan atau packaging adalah ilmu, seni dan

teknologi yang bertujuan untuk melindungi sebuah produk saat akan dikirim, disimpan atau dijajakan. Berikut merupakan proses kerja dari packaging yang sudah penulis buat,



Gambar 3. Proses Kerja Awal dan Akhir Pembuatan Packaging Suari Snacks

Kripik yang dijual milik Ibu Suari ini awalnya hanya dibungkuskan menggunakan plastik bening yang sangat susah untuk mendapat perhatian pembeli, makadari itu penulis membuat packaging dalam *branding* Suari Snacks ini. Adapun penjelasan mengenai packaging yang dibuat oleh penulis, yang pertama tipografi, disini penulis menggunakan tipografi berjenis sans serif karena ingin memberikan kesan tegas dan modern pada packaging yang dibuat.

Kemudian ilustrasi, ilustrasi yang sangat mencolok pada kemasan ini ialah ilustrasi barong, dimana barong yang menjadi ciri khas Bali ini menggunakan bunga jepun di telinganya, karena bunga jepun merupakan simbol kabupaten Badung yang merupakan kabupaten tempat UMKM ini berdiri, dan dibagian background packaging ini menggunakan *pattern* dari icon Suari Snacks, selain itu pada packaging ini juga ilustrasi yang mencolok yaitu ilustrasi dari kripik peyek ayam yang menjelaskan kembali bentuk produk yang ada di dalamnya, dan yang terakhir adalah ilustrasi logo halal. Lalu Pada bagian atas packaging terdapat logo dari usaha, kemudain terdapat tulisan “Peyek Ayam” untuk memberitahu produk yang ada didalam kemasan tersebut, tulisan “Original Flavor” untuk memberitahukan varian rasa dari produk, dan yang terakhir

berisikan teks netto yang memberitahu berat bersih dari produk. Yang terakhir ialah warna yang digunakan pada packaging ini ialah perpaduan antara warna beige dan juga merah, dimana warna beige memberikan kesan ketenangan dan warna merah yang memberikan kesan kuat, yang membuat 2 warna ini sangat cocok jika disatukan.

Berikut ini merupakan beberapa desain packaging yang sudah penulis buat untuk Suari Snacks:



Gambar 4. Beberapa Alternatif Packaging Suari Snacks

### C. KARTU NAMA

Merupakan kartu yang biasa digunakan untuk menunjukkan identitas seseorang atau perusahaan. Kartu nama ini dapat menjadi tanda pengenal melalui informasi yang tertera dalam kartu nama. Kartu nama dapat dibuat sesuai dengan kebutuhan Anda. Berikut merupakan proses kerja dari kartu nama yang sudah penulis buat,



Gambar 5. Proses Kerja Awal dan Akhir Pembuatan Kartu Nama Suari Snacks

Adapun mengapa penulis membuat media kartu nama untuk menunjang *branding* dari Suari Snacks, sesuai yang disebutkan diatas kartu nama ini nantinya akan digunakan sebagai informasi kontak yang dapat di hubungi untuk pelanggan yang akan memesan dikemudian hari. Adapun penjelasan mengenai kartu nama yang dibuat oleh penulis, yang pertama tipografi, disini penulis menggunakan tipografi berjenis sans serif karena ingin memberikan kesan tegas dan modern pada kartu nama yang dibuat. Kemudian Ilustrasi kartu nama berisi logo Suari Snack, ilustrasi bunga jepun sebagai simbol kabupaten Badung yang merupakan kabupaten tempat UMKM ini berasal, dan yang terakhir dibagian background packaging ini menggunakan *pattern* dari icon Suari Snacks, selanjutnya ada kartu nama ini berisi tulisan *owner* untuk memberi tahu bahwa kartu nama itu berisi informasi kontak dari pemilik usaha, kemudian ada teks nama dari pemilik yaitu Ketut Suari, dan teks untuk menunjukkan nomor yang bisa dihubungi dan langsung tersambung ke aplikasi whatsapp, yang terakhir warna yang digunakan pada kartu nama ini adalah perpaduan antara warna beige dan putih, dimana warna beige sendiri memiliki makna ketenangan dan juga warna putih yang memiliki makna kesederhanaan, dua warna ini juga sangatlah cocok jika dipadukan menjadi satu.

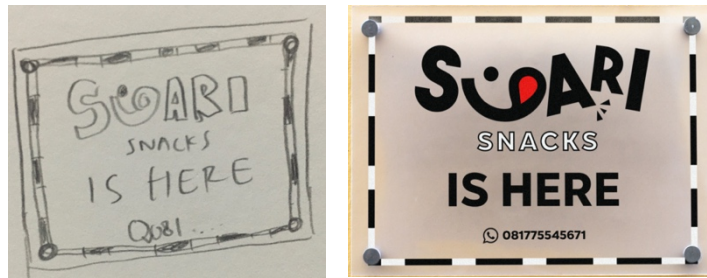
Berikut ini merupakan beberapa desain kartu nama yang sudah penulis buat untuk Suari Snacks:



Gambar 6. Beberapa Alternatif Kartu Nama Suari Snacks

#### D. GLASS SIGN

*Glass sign* merupakan papan yang dipasang di depan rumah atau kantor yang bertuliskan nama (orang, organisasi, lembaga, perusahaan dan sebagainya) yang terbuat dari bahan kaca. Berikut merupakan proses kerja dari *glass sign* yang sudah penulis buat,



Gambar 7. Proses Kerja Awal dan Akhir Pembuatan *Glass Sign* Suari Snacks

Adapun mengapa penulis membuat *glass sign* ini untuk menunjang *branding* dari Suari Snacks, karena berfungsi untuk memudahkan pembeli dalam menemukan tempat Suari Snacks ini dikarenakan usahanya yang masih rumahan. Adapun penjelasan mengenai *glass sign* yang dibuat oleh penulis, yang pertama tipografi, sama seperti yang sebelumnya disini penulis menggunakan tipografi berjenis sans serif karena ingin memberikan kesan tegas dan modern pada *glass sign* yang dibuat, selanjutnya pada *glass sign* berisi ilustrasi logo Suari Snack, dan disertai dengan line frame berwarna hitam putih atau sering disebut warna poleng dalam budaya bali, lalu Pada *glass sign* ini berisi tulisan “Is Here” untuk memberitahukan bahwa tempat Suari Snacks itu berada di tempat tanda ini terpasang kemudian terdapat juga teks yang menunjukkan nomor yang bisa dihubungi dan langsung tersambung ke aplikasi whatsapp, dan yang terakhir warna yang digunakan pada *glass sign* ini adalah perpaduan warna hitam, putih dan juga merah, dimana warna ini terinspirasi dari warna gelang tridatu sebagai lambang kekuatan.

Berikut ini merupakan beberapa desain *glass sign* yang sudah penulis buat untuk Suari Snacks:



Gambar 8. Beberapa Alternatif *Glass Sign* Suari Snacks

### E. PAPER BAG

Tas sederhana yang berbahan dasar dari kertas yang berbahan berupa kertas tebal, yakni jenis kertas hard cover, kertas manila, kertas pelangi, kertas kalender, kertas karton dan jenis kertas yang lainnya yang ada. Berikut merupakan proses kerja dari *paper bag* yang sudah penulis buat,



Gambar 9. Proses Kerja Awal dan Akhir Pembuatan *Paper Bag* Suari Snacks

Adapun mengapa penulis membuat *paper bag* untuk menunjang *branding* dari Suari Snacks, selain karena menggunakan bahan yang ramah untuk lingkungan, penggunaan *paper bag* ini juga untuk mengenalkan ke orang banyak bahwa Suari Snack adalah usaha yang menyediakan snack khas Bali yang tentu saja cocok untuk dijadikan oleh-oleh. Adapun penjelasan mengenai *paper bag*

yang dibuat oleh penulis, yang pertama tipografi, sama seperti yang dikatakan sebelumnya disini penulis menggunakan tipografi berjenis sans serif karena ingin memberikan kesan tegas dan modern pada *paper bag* yang dibuat, selanjutnya ialah ilustrasi *paper bag* yang berisi logo Suari Snack, dan dibagian background packaging ini menggunakan icon Suari Snacks, lalu Pada *paper bag* ini berisi tulisan yang menunjukkan nomor yang bisa dihubungi dan langsung tersambung ke aplikasi whatsapp, dan yang terakhir ialah warna yang digunakan pada *paper bag* ini adalah warna coklat dikarenakan bahan ramah lingkungan yang digunakan pada *paper bag* ini yang memberikan kesan hangat.

Berikut ini merupakan beberapa desain *paper bag* yang sudah penulis buat untuk Suari Snacks:



Gambar 10. Beberapa Alternatif *Paper Bag* Suari Snacks

## HASIL DAN PEMBAHASAN

Berdasarkan hasil dari beberapa alternatif media yang sudah dibuat oleh penulis, berikut ini merupakan desain yang terpilih dan pembahasan mengapa media itu yang dipilih untuk menunjang *branding* dari Suari Snack,

## 1. LOGO



Gambar 11. Desain Logo Terpilih

Adapun mengapa penulis memilih logo ini, alasan pertama ialah karena logo ini memiliki struktur yang acak tetapi tetap berirama dimana ini dapat menggambarkan kegembiraan/bahagia, yang selanjutnya ialah logo yang terpilih tidak terlihat membosankan walaupun hanya menggunakan warna yang sedikit dan minimalis.

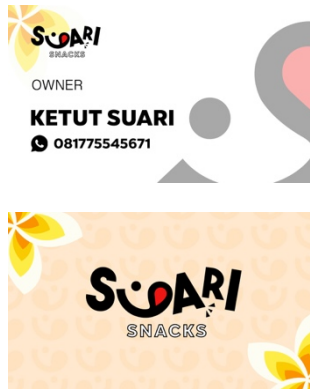
## 2. PACKAGING



Gambar 12. Desain Packaging Terpilih

Berikut ini merupakan packaging yang penulis pilih karena penaruhan posisi dari tiap elemen di packaging ini sangat nyaman untuk dilihat mata dan sangat selaras tidak ada yang tumpang tindih antara satu elemen dengan elemen yang lain.

### 3. KARTU NAMA



Gambar 13. Desain Kartu Nama Terpilih

Kartu nama ini merupakan desain yang dipilih oleh penulis dikarenakan kesan modernnya sangat terasa, dengan perpaduan warna yang hangat membuat nyaman dilihat mata, apalagi ditambahkan dengan ilustrasi bunga jepun yang menambahkan kesan bali dari kartu nama ini.

### 4. GLASS SIGN



Gambar 14. Desain *Glass Sign* Terpilih

Penulis memilih *glass sign* ini dikarenakan desainnya yang berisi tulisan “Is Here” yang lebih memudahkan pembeli untuk mengetahui bahwa disini merupakan tempat dari Suari Snack

## 5. PAPER BAG



Gambar 15. Desain *Glass Sign* Terpilih

Adapun alasan mengapa penulis memilih desain *paper bag* yang seperti diatas, dikarenakan desainnya yang tidak terlalu menggunakan banyak ornament/elemen yang tentu saja hal ini dapat membuat *paper bag* terasa lebih kekinian dan tidak mencolok

## KESIMPULAN

*Branding* merupakan sebuah elemen yang penting dari sebuah usaha atau perusahaan, karena proses *branding* ini sangat wajib dilakukan oleh perusahaan terlebih UMKM jika ingin usahanya bertahan dan dapat bersaing di pasaran. Proses *branding* ini mencakup pembuatan identitas dari sebuah usaha dan media-media yang dapat mempromosikan usaha sesuai dengan visi misi dari perusahaan sehingga dapat menjangkau dan menarik perhatian khalayak luas dan menimbulkan brand awareness yang tinggi bagi masyarakat.

Usaha milik Ibu Suari yang di-*branding* menjadi Suari Snacks ini merupakan usaha yang memproduksi dan menjual kripik peyek ayam sebagai produk andalannya, usaha ini telah dijalankan sejak tahun 2011, *branding* ini dilakukan sebagai bentuk jawaban dan solusi dari permasalahan yang dihadapi oleh usaha milik Ibu Suari. Perancangan *branding* untuk Suari Snacks dilakukan mulai dengan pembuatan identitas usaha yaitu logo, kemudian didukung oleh media lainnya seperti packaging, kartu nama, *paper bag*, dan juga *glass sign*. Diharapkan dengan hasil *branding* ini usaha Suari Snacks nantinya dapat lebih dikenal oleh masyarakat luas dan dapat meningkatkan penjualan serta profit dari usahanya.

## **DAFTAR PUSTAKA**

Amstrong dan Kotler, 1999. Prinsip-Prinsip Pemasaran, Edisi Delapan, Jakarta: Penerbit Erlangga.

Kementerian Negara Koperasi Dan Usaha Kecil Dan Menengah.,2009. Pedoman Standar Kelayakan Kemasan Produk KUKM, Jakarta

Moleong, Lexy J. 2009. Metode Penelitian Kualitatif. Bandung: Remaja Rosdakarya

Rustan, S. (2009). Mendesain logo. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.

Satori Djam'an, Komariah Aan, Metode Penelitian Kualitatif (Bandung: Alfabeta, 2011) hal. 149