

## VISUAL IDENTITY GUDANG CREATIVE DESIGN DALAM MENINGKATKAN BRAND AWARENESS

Abdul Hamdanil<sup>1</sup>, Syafwandi<sup>2</sup>

Program Studi Desain Komunikasi Visual FBS

Universitas Negeri Padang Email :

[abdulhamdanil@gmail.com](mailto:abdulhamdanil@gmail.com)

### Abstrak

Gudang Creative Design merupakan sebuah usaha jasa yang bergerak dibidang desain grafis dan fotografi yang sedang berkembang di Kecamatan Sungai Pua, Kabupaten Agam. Gudang Creative Design terbentuk sejak tahun 2017 dan dikelola oleh Yoli Ade Saputra sebagai pemilik sekaligus pendiri Gudang Creative Desain hingga sekarang. Usaha ini masih tergolong baru dan membutuhkan visual identity yang mencakup logo, warna, dan font, serta aturan dalam pengaplikasiannya, sesuai dalam acuan yang ditetapkan perancang dalam *manual books* sebagai media utama, guna membentuk identitas yang konsisten, meningkatkan citra usaha, sekaligus menjadi pembeda dengan kompetitor lain. Adapun tujuan yang ingin dicapai penelitian ini adalah merancang visual identity dan media promosi lainnya. Teori yang digunakan dalam penelitian ini adalah teori brand, teori promosi, teori awareness dan teori logo.

Metode perancangan yang penulis gunakan adalah metode 4D yang digunakan sebagai pendukung pembuatan konsep perancangan Visual identity.

Hasil yang diharapkan berupa media utama yaitu manual book, kemudian media pendukung seperti kartu nama, id card stempel, kop surat, amplop, poster, x-banner stempel, customer desk, branding mobil dan artikel yang akan diterbitkan pada jurnal DKV FBS UNP Padang.

Keyword : Visual Identity , Promosi, Awareness dan Logo

## VISUAL IDENTITY GUDANG CREATIVE DESIGN TO GROWTH BRAND AWARENESS

**Abdul Hamdanil<sup>1</sup>, Syafwandi<sup>2</sup>**

Program Studi Desain Komunikasi Visual FBS

Universitas Negeri Padang Email :

[abdulhamdanil@gmail.com](mailto:abdulhamdanil@gmail.com)

### **Abstract**

Gudang Creative Design is a service business engaged in graphic design and photography that is currently developing in Sungai Pua District, Agam Regency. Gudang Creative Design was formed in 2017 and is managed by Yoli Ade Saputra as the owner and founder of Gudang Creative Desain until now. This business is still relatively new and requires a Visual identity that includes logos, colors, and fonts, as well as rules in their application, in accordance with the guidelines set by the designer in the manual books as the main medium, in order to form a consistent identity, improve the business image, as well as differentiate it with other competitors. The purpose of this research is to design visual identity and other promotional media. The theories used in this research are brand theory, promotion theory, awareness theory and logo theory.

The design method that I use is the 4D method which is used to support the creation of the design concept of Visual identity.

The expected results are in the form of main media, namely manual books, then supporting media such as business cards, stamp id cards, letterheads, envelopes, posters, x-banner, stamps, customer desks, car branding and articles to be published in the DKV journal FBS UNP Padang.

## **A. Pendahuluan**

Dewasa ini kita melihat bahwa zaman telah berkembang ke sebuah era digital dan semua menjadi serba instan. Sering kita lihat bagaimana sebuah perusahaan yang pandai memanfaatkan teknologi akan cepat berkembang dan akan mudah dikenal oleh banyak orang sehingga untuk mencapai target yang diinginkan akan efektif. Tidak dapat dipungkiri bahwa setiap produk bermutu tinggi atau perusahaan yang bonafid selalu terkait dengan merk atau brand yang menarik, unik dan gampang diingat.

Dengan kata lain, kebanyakan bisnis - bisnis besar yang sukses berhasil menciptakan proses branding yang mampu menciptakan proses persepsi pada pelanggan untuk memperkenalkan sebuah produk atau jasa terhadap sebuah merk/brand. Komunikasi sangat memegang peranan penting untuk menyampaikan suatu pesan merk/brand kepada pelanggan, proses itu sendiri biasanya disebut komunikasi yang baik dan terarah. Semua merk atau brand yang baik mampu menyampaikan manfaat dan tujuannya dengan jelas kepada target konsumennya.

Begitupun dengan jasa bidang kreatif yang ada Indonesia. Namun disamping potensi ini masih terdapat beberapa permasalahan, yaitu masih banyak jasa kreatif yang masih belum memiliki brand yang memadai untuk mendukung promosi atau mengenalkan perusahaan kepada masyarakat. Padahal brand dapat menceritakan sesuatu kepada konsumen tentang suatu mutu sebuah jasa yang dikelola oleh sebuah studio kreatif.

Brand juga mampu menarik perhatian konsumen terhadap jasa - jasa baru yang mungkin akan bermanfaat bagi mereka, dan disinilah muncul sebuah permasalahan, yaitu kurangnya perhatian terhadap brand sebuah usaha akan berdampak buruk bagi sebuah usaha didunia kreatif, salah satunya yaitu Usaha jasa kreatif bernama Gudang Creative Design.

Gudang Creative Design merupakan salah satu usaha yang bergerak dibidang jasa berupa desain grafis, percetakan dan fotografi yang berlokasi di Jalan Raya Lintas Barat Sumatera Padang Laweh, Batu Palano, Sungai Pua. Gudang Creative Design ini berdiri pada bulan Juni tahun 2017 dan dikelola oleh Yoli Ade Saputra sebagai pemilik sekaligus pendiri Gudang Creative Design sampai sekarang. Nama Gudang Creative Design didapat dari pemikiran bapak Yoli Ade Saputra sendiri yang mana dahulunya usahanya ini dimulai dari bekas gudang toko sebelah rumahnya yang dijadikan tempat untuk belajar desain dan fotografi pada masa itu. Disitulah beliau mulai merintis usahanya. Berawal dari bekas gudang toko Bapak Yoli Ade merubahnya menjadi tempat gudang kreatif dan disinilah beliau memulai usaha jasanya dari nol. Setelah berjalan 6 bulan bapak Yoli Ade Saputra mulai memberanikan dirinya untuk benar benar fokus ke usaha jasa ini dan mulai menyewa toko sebagai tempat usaha jasanya. Dan setelah 3 tahun berjalan, usaha ini sudah mengerjakan banyak proyek, mulai dari desain, fotografi dan desain rumah sudah menjadi jasa yang ditawarkannya. Usaha ini bisa dikatakan baru mulai agak berkembang dipertengahan 2018 sampai sekarang.

Berdasarkan observasi pada tanggal 28 September 2020, penulis menemukan beberapa permasalahan yang sangat krusial bagi sebuah usaha jasa ini. Mulai dari kurang dikenalnya Gudang Creative Design sebagai usaha jasa dibidang kreatif, banyaknya konsumen yang belum mengetahui apa saja jasa yang ditawarkan, membuat Gudang Creative Design ini belum terlalu dikenal oleh banyak orang. Dan belum optimalnya visualisasi brand yang dapat meningkatkan citra dari usaha ini juga menjadi salah satu permasalahan yang timbul dari usaha ini.

Berdasarkan wawancara yang dilakukan, peneliti menemukan ada salah seorang konsumen yang datang tidak mengenal nama tempat dari Gudang Creative Design tersebut. Konsumen hanya tau bahwa itu tempat bikin baliho, percetakan, tempat foto dan tempat perancangan desain rumah, sehingga sangat disayangkan dengan umur yang sudah hampir 3

tahun citra Gudang Creatif Design ini belum optimal dimata masyarakat dan konsumennya. Mengenai harga dari jasa masih belum bisa dikatakan mendekati harga pasaran disebabkan karena belum adanya tata kelola brand yang baik. Disini penulis akan mencoba membranding Gudang Creative Design sehingga bisa bersaing dengan kompetitor lain dan bisa menjadi pembeda bagi konsumen untuk mempertimbangkan jasa yang ditawarkannya adalah sejenis jasa professional.

Oleh karena itu perlu dilakukan perancangan visual identity Gudang Creatif Desain, yang mana perancangan tersebut mengacu dari data yang telah diperoleh, sehingga bisa menciptakan identitas visual yang lebih kuat dan bisa meningkatkan brand dimata masyarakat.

## **B. Metode Perancangan**

Perancangan Identitas Visual Gudang Creative Desain dirancang menggunakan metode perancangan Glass – Box. Metode kotak kaca (glass box method) adalah metode berpikir rasional yang secara obyektif dan sistematis menelaah sesuatu hal secara logis dan terbebas dari pikiran dan pertimbangan yang tidak rasional (irasional), misalnya sentimen dan selera. Metode ini selalu berusaha untuk menemukan fakta-fakta dan sebab atau alasan faktual yang melandasi terjadinya suatu hal atau kejadian dan kemudian berusaha menemukan alternatif solusi atas masalah-masalah yang timbul. Perancangan menggunakan metode Glass Box memiliki tahapan perancangan yaitu *persiapan, inkubasi, iluminasi, dan verifikasi*.

### **1. Persiapan ( Pengumpulan Data )**

Merupakan tahapan paling awal yang merupakan tahapan bagi desainer untuk menyiapkan perangkat dan segala keperluan untuk proses desain dari identitas visual Gudang Creative Desain. Tahapan ini sangat penting sebab dari sinilah arah proses perancangan identitas visual gudang creative desain ditentukan .

Pada tahap ini berisi tentang kondisi awal dimana perancang menemukan beberapa permasalahan mulai dari kurang dikenalnya Gudang Creative Design sebagai studio jasa kreatif ,banyaknya konsumen yang belum mengetahui apa saja jasa yang ditawarkan Gudang Creative Design. Dan Belum optimalnya visualisasi brand yang dapat meningkatkan citra dari usaha studio ini juga menjadi salah satu permasalahan yang timbul dari usaha ini. Dan dari sinilah peneliti mulai melakukan observasi dan wawancara ke pemilik usaha untuk membentuk identitas visual usaha dan media promosi pendukung lainnya.

## **2. Inkubasi**

Tahap inkubasi adalah tahapan mempersiapkan diri untuk mengolah segala macam informasi yang didapat dari pemilik gudang creative desain sehingga memungkinkan untuk melahirkan ide-ide. Dan pada tahapan ini penulis mencoba mengeluarkan ide ide yang ada dipikiran penulis tentang bagaimana bentuk dari identitas visual gudang creative desain agar sesuai dengan konsep dan visi misi dari usaha jasa ini, serta menentukan apa saja media yang digunakan untuk proses promosi gudang kreatif desain ini . Proses perancangan ini mulai dari membuat konsep verbal dan konsep visual sehingga bisa menghasilkan sebuah logo dan media promosi pendukung yang sesuai dengan kaidah desain.

## **3. Iluminasi**

Tahap luminasi adalah tahapan dimana ide diharapkan bisa lahir sebagai efek dari pelaksanaan tahap persiapan dan tahap inkubasi yang sangat tertib. Tahap iluminasi berujung pada sketsa ide. Pada tahap ini penulis mulai memilah alternatif sketsa dari ide ide yang telah dituangkan.dalam tahap ini merupakan tahapan pencerahan bagi desainer untuk menemukan identitas visual dari gudang crative desain mulai dari lahirnya ide ,analisis dan pengembangan alternatif desain dari identitas visual gudang creative desain. Setelah tahap inkubasi penulis melahirkan

ide secara visual ( kongkrit ) berupa sketsa ide awal, setelah itu penulis masuk ke dalam tahap analisis yaitu mengelompokan, menimbang nimbang, meninjau, menelaah data sesuai dengan latar belakang dan tujuan yang telah ditentukan sebelumnya. Setelah itu dilakukan penarikan kesimpulan berdasarkan segala pertimbangan yang telah dilakukan (sintesis).kemudian dilanjutkan dengan penyusunan konsep,dan dari konsep dikembangkan alternatif desain.

#### **4. Verifikasi**

Dan pada tahapan verifikasi penulis sudah menetapkan identitas visual yang cocok untuk digunakan oleh Gudang Creative Desain . tahap ini dimulai dari membentuk visualisasi, alternatif desain, finishing serta final artwork dari media – media yang digunakan yang nantinya akan dicoba pengaplikasiannya dalam bentuk digital.

Tahapan Tahapan Metode Glass Box

### **C. Pembahasan**

#### **1. Persiapan dan Penetapan**

Perancangan brand identity Gudang Creative Design, media utama yang digunakan dalam perancangan ini adalah *manual book*, penulis akan menerapkan dalam bentuk sebuah brand identity yang efektif. Perancangan ini diharapkan dapat menjadi sebuah bentuk yang mewakili karakter, visi dan misi usaha Gudang Creative Design dan nantinya Gudang Creative Design akan mudah diingat oleh konsumen sehingga dapat meningkatkan brand awareness.

##### **a. Target Audience**

Penetapan atau penentuan target audience dalam suatu pemasaran merupakan sesuatu yang sangat penting sebelum masuk ke tahap program kreatif. Agar isi dan bentuk pesan yang disampaikan tepat, sehingga dapat dipahami atau dimengerti oleh sasaran yang dituju.

#### 1) Segmentasi Geografis

Ditinjau dari segi demografis, target audience Gudang Creative desain adalah masyarakat yang bertempat tinggal di luar wilayah Kecamatan Sungai Pua dan yang berdomisili di Kecamatan Sungai Pua.

#### 2) Segmentasi Demografis

Target audience masyarakat daerah Kecamatan Sungai Pua dan sekitarnya.

Target Utama : 18 – 45 tahun

#### 3) Psikografis

Pada aspek psikografis, target audience yang akan dicapai adalah :

Kelas Sosial : semua golongan

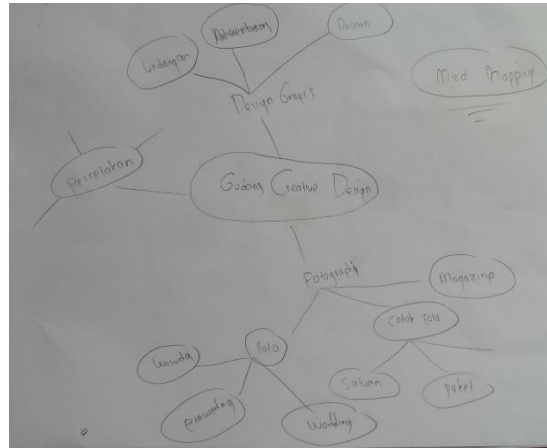
Gaya Hidup : semua golongan

Berdasarkan analisis data diatas maka dilakukan penetapan media utama yang digunakan dalam perancangan ini adalah *manual book*, dan media pendukungnya berupa kartu nama, amplop, kop surat, x – banner, stempel, T- Shirt, dan lainnya. Penulis akan menerapkan dalam bentuk sebuah visual identity yang efektif.



## 2. Inkubasi (Pengolahan Visual)

### a. Konsep Verbal



Gambar 14. *Mind Mapping*

Perancangan visual identity penulis menggunakan konsep yang didapat dari hasil riset yang penulis lakukan sehingga diperoleh beberapa elemen yang datang mampu menunjang proses perancangan visual identity Gudang Creative Design yang nantinya akan dipadukan dengan konsep simpel dan moderen.

Perancangan mindmapping atau pemetaan konsep perancangan penulis gunakan untuk memperoleh kata kunci yang menjadi konsep dalam perancangan ini. Selanjutnya kata kunci tersebut digunakan untuk mengumpulkan moodboard sebagai acuan penulis dalam proses perancangan ini.

Brand ini menggunakan kata kunci gudang dan percetakan yang berarti pengaplikasiannya pada bentuk kotak kotak lebih dominan nantinya. Mengapa penulis memilih kotak, karena kotak

bisa berartikan sebuah gudang dan juga bisa mewakili karakter dari Gudang Creative Design ini.

Gudang Creative Design menggunakan pesan verbal yang jelas dengan target audience yaitu fotografi dan desain grafis. Karakter Gudang Creative Design merupakan bahasa verbal yang akan diterjemahkan ke bahasa visual. Dalam perancangan ini penulis juga menambahkan *sub-head* pada logo yaitu fotografi dan desain grafis. *Sub-headline* ini merupakan Subheadline logo dari jasa yang ditawarkan Gudang Creative Design.

#### b. Konsep Visual

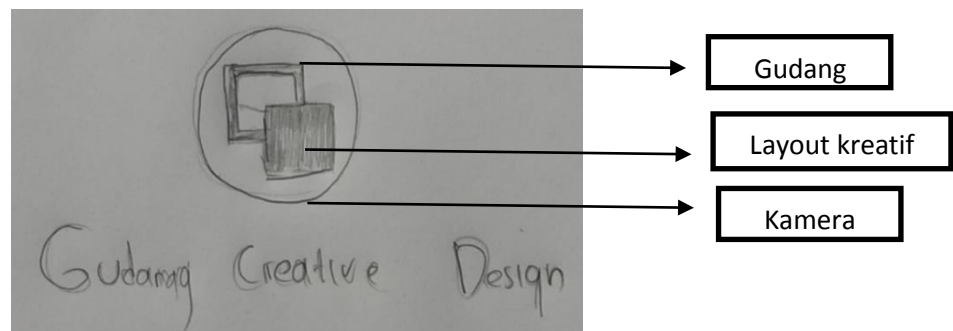
Proses perancangan visual identity yang penulis rancang terdiri dari *logogram, logotype dan sub-headline*. Ide dari logogram Gudang Creative Design diambil dari bentuk kotak yang digabungkan kemudian penulis rancang ke dalam grafik. Kemudian *logotype* akan diaplikasikan pada tulisan “ Gudang Creative Design “ dirancang menggunakan font Lithos Pro Regular dan font pada sub-headline dengan font Goudy Old Style. Ide ini diperoleh dari awal pemindahan sketsa ke dalam proses grafik yang awalnya dibuat sketsa logo dengan beberapa alternatif lalu dipindahkan dan dirancang melalui aplikasi software pada komputer.

### 3. Iluminasi ( Desain )

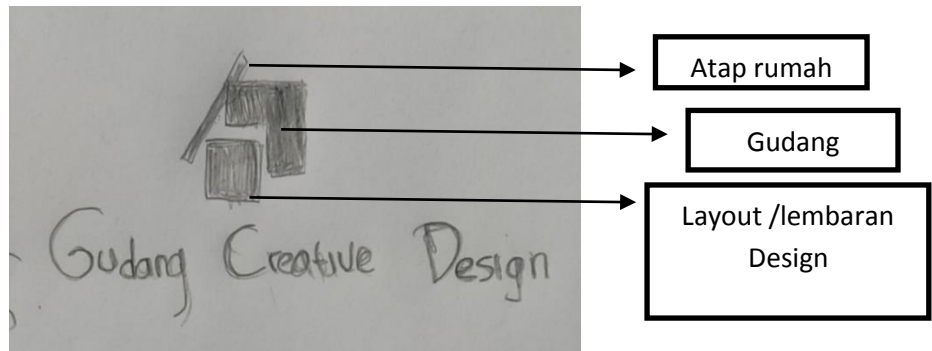
Selanjutnya proses perancangan elemen - elemen baik itu dari segi grafis, warna, tipografi, layout dan lainnya. Sebelumnya dibuatkan sketsa yang sesuai dengan karakter dibentuk kemudian dipindahkan ke software desain pada komputer. Penulis juga membuat beberapa alternatif perancangan, kemudian penulis memilih satu alternatif perancangan. Kemudian penulis memilih satu alternatif untuk mewakili konsep desain yang digunakan dalam perancangan brand identity Gudang Kreatif Design. Satu desain dipilih kemudian dilakukan study warna yang tepat sesuai dengan konsep perancangan brand identity Gudang Creative Design.

#### 1. Sketsa Brand Identity / Logo

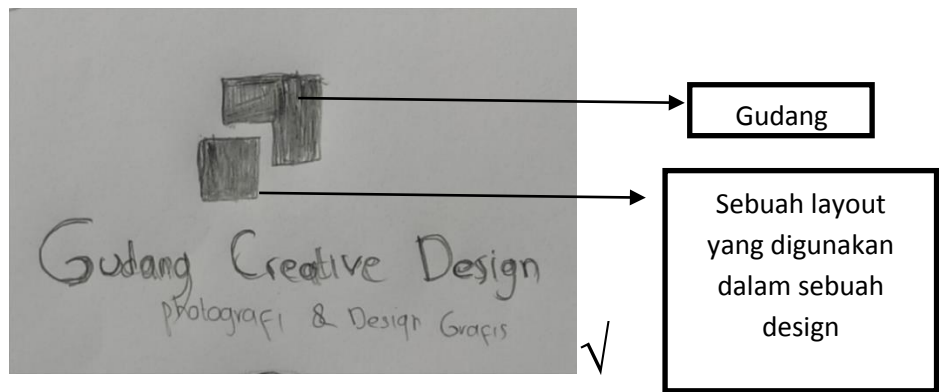
Disini penulis mulai memilih 3 alternatif sketsa dari logo untuk dibuatkan menjadi grafik logo.



Alternatif 1



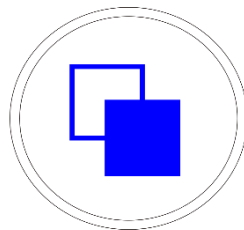
Alternatif 2



Alternatif 3

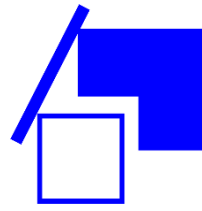
Gambar 11. Alternatif Sketsa Logo

## 2. Alternatif Grafik Logo



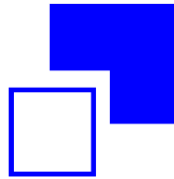
GUDANG CREATIVE DESIGN

Alternatif 1



GUDANG CREATIVE DESIGN

Alternatif 2



GUDANG CREATIVE DESIGN

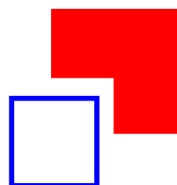
Photografi & Design Grafis



Alternatif 3

Gambar 16. Alternatif Grafik Logo

### 3. Alternatif Warna Logo



GUDANG CREATIVE DESIGN

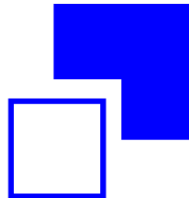
Photografi & Design Grafis

Alternatif 1



**GUDANG CREATIVE DESIGN**  
Photografi & Design Grafis

Alternatif 2



**GUDANG CREATIVE DESIGN**  
Photografi & Design Grafis

Alternatif 3

Gambar 17. *Alternatif Warna Logo*

## 5. Final Desain Logo



**GUDANG CREATIVE DESIGN**  
Photografi & Design Grafis

Gambar 18. *Final Desain Logo*

## 6. Deskripsi Logo




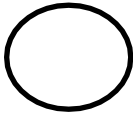

Gambar 19. Logo Gudang Creative Design

Logo Gudang Creative Design dirancang mengikuti konsep yang sudah dirancang. Bentuk kotak dipilih karena menggambarkan gudang yang memiliki ruang khusus yang didalamnya lahir visi kekuatan ,harapan yang terukur sesuai dengan visi misi Gudang Creative Design. Kesan yang moderen mampu mewakili karakter Gudang Creative Design.

*Logotype* pada Gudang Creative Design menggunakan jenis Lithos Pro Regular dan Goudy Old Style dengan pengembangan bentuk sehingga menghasilkan Logotype yang dinamis, elegan serta memiliki kelelasan dengan logogram.

## 7. Warna

Tabel 2. Makna Warna

Nama	Warna	Makna
Biru		Kemegahan, kualitas, populer bermakna sebuah jasa yang mengutamakan kualitas service yang memanjakan konsumen
Putih		Lembut ,menarik perhatian ini bermakna jasa ini sangat mudah dikenal dan diterima oleh konsumen
Abu- Abu		Praktis, kedewasaan, professional bermakna setiap jasa terjamin kualitas dan kuantitasnya yang mencerminkan kepercayaan.

## 8. Tipografi

Alternatif tipografi yang digunakan dalam perancangan brand identity Gudang Creative Design adalah :



Tabel 3. Alternatif Tipografi

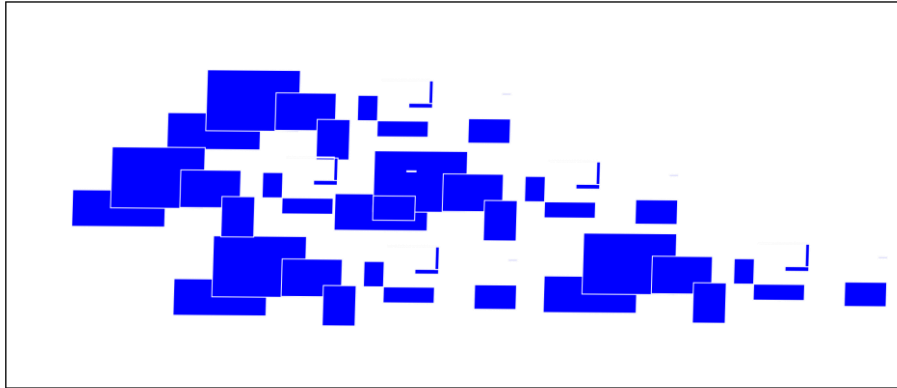
Nama Huruf	Bentuk Huruf	Kesan
LITHOS PRO REGULER	A B C D E F G H I J K L M O P Q R S T U V W X Y Z  1 2 3 4 5 6 7 8 9 0	Font ini dipilih Karena sesuai Konsep perancangan logo yaitu minimalis moderen.
Goudy Old Style	A B C D E F G H I J K L M N O P Q R S T U V W X Y Z  a b c d e f g h i j k l m n o p q r s t u v w x y z  1234567890	Font untuk seub-headline dini dipilih karena font mudah terbaca.

Berdasarkan tabel diatas terpilih ada 2 alternatif tipografi yaitu Lithos Pro Reguler dan Goudy Old Style dipilih karna huruf dan tulisannya simpel dan mudah terbaca.

#### 9. Pattern

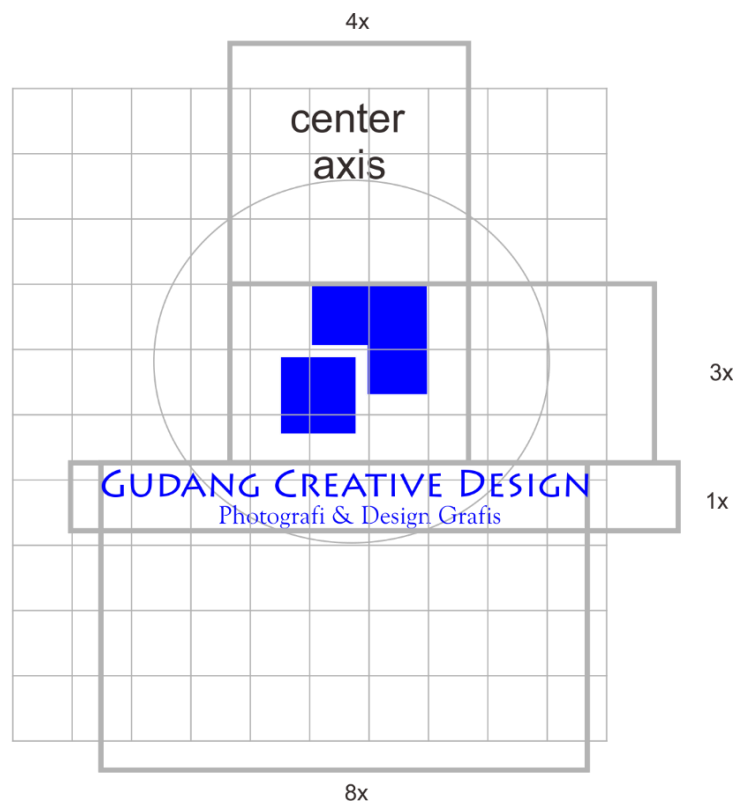
Pattern Merupakan pola yang berulang ulang untuk memberikan ciri khas yang lebih kuat terhadap pengaplikasian desain visual identity Gudang Creative Design . Ide pattern ini dibuat dari bentuk kotak persegi yang area tengahnya dikosongkan dan diperbanyak sehingga membentuk suatu desain moderen.

Pattern ini dipilih karena dapat memberikan kesan tampilan lebih bagus.



Gambar 20. *Pattern Gudang Creative Design*

## 10. Grid System



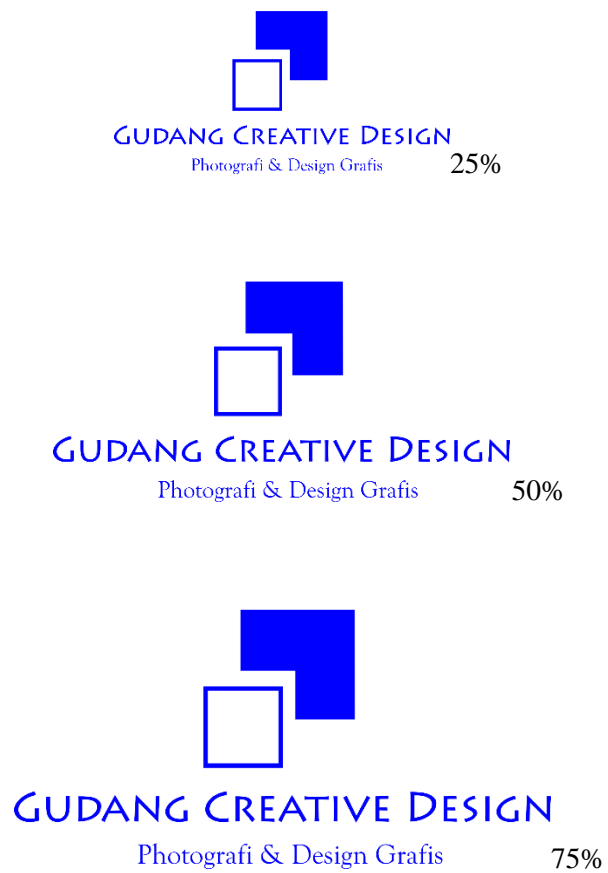
Gambar 21. *Grid Siste*

## 11. Black and White



Gambar 22. *Black and White*

## 12. Skala





Gambar 23. Skala

#### 4. Verifikasi

##### a) Manual Book

Manual book merupakan media yang digunaaam penulis untuk menyampaikan rincian perancangan sebuah logo, penentuan warna dan font dari awal perancangan sampai kepada penerapan dalam media utama dan media pendukung.

Ukuran : A4

Warna : hitam

Material : Injek Paper dan Art Paper

Teknik : Digital Printing

Biaya : Rp. 180.000,-/ Manual Book

##### b) Kartu Nama

Kartu nama digunakan sebagai bentuk pengenalan identitas pihak berkepentingan yang terlibat dalam perusahaan yang

nantinya didalam kartu nama tersebut terdapat informasi pihak yang berkepentingan.

Ukuran : 9,5 cm x 5,5 cm  
Warna : biru tua  
Material : Art Karton  
Teknik : Digital Printing  
Biaya : Rp. 5000,-/ lembar

c) Amplop

Amplop sebagai pembungkus surat kerja sama Gudang Creative Design dengan perusahaan lain, dengan rincian :

Ukuran : 21 x 11 cm  
Warna : Putih  
Material : Hvs  
Teknik : Digital Printing  
Biaya : Rp. 100.000,-/ 50 lembar

d) Kop Surat

Surat berfungsi membantu jika ada proses kerjasama resmi antara Gudang Creative Design dan perusahaan lain, dengan rincian :

Ukuran : A4  
Warna : biru tua dan putih

Material : Hvs  
Teknik : Digital Printing  
Biaya : Rp. 50.000,-/ 50 lembar

e) X- Banner

X-banner adalah spanduk yang dipasang dengan posisi berdiri pada dudukan khusus dari besi yang berbentuk huruf x. X-banner merupakan bentuk penyerdehanaan dari baliho sebagai media informasi dan promosi.

Ukuran : 60 x 160 cm  
Warna : Biru hitam  
Material : Vinyl  
Teknik : Digital Printing  
Biaya : Rp. 250.000,-

f) Poster

Poster merupakan benda pajangan ditempat jualan, biasanya bergambar dan full color. Pada pengaplikasiannya akan ditempel di dinding dalam ruangan usaha sebagai media promosi.

Ukuran : A3  
Warna : biru putih hitam  
Material : Kertas Art Paper 180 gram  
Teknik : Digital Printing  
Biaya : Rp. 160.000,-

g) T- Shirt

Baju kaos merupakan salah satu media yang sangat menarik karena bisa dipakai oleh siapa saja terutama karyawan Gudang Creative Design.

Ukuran : Large (L)  
Warna : Hitam  
Material : Kaos  
Teknik : Sablon Pers  
Biaya : Rp. 70.000,-

h) ID Card

Adalah kartu tanda pengenal identitas seseorang baik itu disebuah perusahaan atau disebuah forum dan komunitas.

Ukuran : 90 x 53 mm  
Warna : Biru  
Material : Art karton  
Teknik : Digital Printing  
Biaya Rp. 5000,-/ lembar

i) Stempel

Adalah alat yang memiliki permungkaan terukir tulisan , gambar atau keduanya yang digunakan dengan tinta untuk menghasilkan sebuah cap pada berkas atau dokumen.

Ukuran : 7 x 7 cm

Warna : Biru Tua  
Material : Bahan Stempel  
Teknik : Digital Printing  
Biaya Rp. 70.000,-/ lembar

j) Customer desk

Adalah sebuah meja yang digunakan untuk pelanggan agar bisa berkonsultasi langsung terhadap apa yang diinginkannya kepada desainer.

k) Branding Mobil

Adalah proses pengcoveran mobil menjadi media promosi atau informasi dengan memanfaatkan media pembentuk visual seperti stiker maupun cat.

l) Sofa

Adalah kursi panjang yang memiliki lengan dan sandaran, berlapis busa dan kain serta kulit. Istilah sofa berasal dari kata *sopha* yang memiliki arti sebagai tempat duduk.



## Daftar Rujukan

Kusumowidagdo, Astrid. 2016. Desain Interior Jepang dengan Sistem Sel-Service.

Jurnal Arsitektur Interior, Vol.1, (Online) <http://journal.uc.ac.id/index.php/KREASI>, akses 10 Oktober 2018).

Permana, Irvan. 2013. Brand is like A Donut. Jakarta: PT Bhuana Ilmu Populer.

Sarwono, Jonathan. & Lubis, Hary. (Ed.). 2007. Metode Riset Untuk Desain Komunikasi Visual. Yogyakarta: Andi Yogyakarta.

YE, F.R., Ariwan, H., Sn, M., Ahdi, S., Sn, M., & Ds, M. 2017. PERANCANGAN VISUAL IDENTITY BARAKA KAE PADA ADPRINT. Dekave, 4(2), (<http://ejurnal.unp.ac.id/index.php/dkv/article/> diakses 3 Januari 2018).

Siombing, Danton. 2015. Tipografi dalam Desain Grafis (edisi 2015). Jakarta: PT Gramedia Puastaka Utama. METODE GLASS BOX.

Soerwadikoen. 2013. Metodologi Penelitian Visual. Bandung: Dinamika Komunikas.

Permana, Irvan. 2013. Brand is like A Donut. Jakarta: PT Bhuana Ilmu Populer.

Irfan, Fahmi. 2013. Metode Analisis Data SWOT. Jakarta. Gramedia

Handina, Vivien Damara. 2018. Visual Branding Hot waterboom Sapan Maluluang.

Jurnal DKV : 4.

Listya, Ariefika. 2018. Visual Branding Produk Belimbing Olahan UMKM Depok Melalui Desain Logo. Jurnal Desain Komunikasi Visual, Manajemen Desain dan Periklanan. 04(01)

Rustan, Surianto. 2013. Mendesain Logo. Yogyakarta: CV.Andi Offset. Jakarta: Gramedia.

Angraini S, Lia & Nathalia, Kirana. 2018. Desain Komunikasi Visual: Dasar-dasar

Panduan Untuk Pemula (ed V). Bandung: NUANSA.

Hady Soedarwanto ST., M.Ds. Modul ke:Fakultas Desain dan Seni Kreatif.

Program Studi Desain Produk  
(<https://docplayer.info/49132052-Metode-glass-box-hady-soedarwanto-st-m-ds-modul-ke-fakultas-fakultas-desain-dan-seni-kreatif-program-studi-desain-produk.html>)