

KARYA AKHIR

**RE-DESAIN *VISUAL IDENTITY ONLINE THRIFT SHOP*
MESENCONDTHRIFT.ID**

Diajukan kepada Universitas Negeri Padang
untuk Memenuhi Salah Satu Persyaratan dalam
Menyelesaikan Program Sarjana Seni Rupa



Oleh:

AFDAL FAJAR

NIM. 17027057

**PROGRAM STUDI DESAIN KOMUNIKASI VISUAL
DEPARTEMEN SENI RUPA
FAKULTAS BAHASA DAN SENI
UNIVERSITAS NEGERI PADANG
2022**

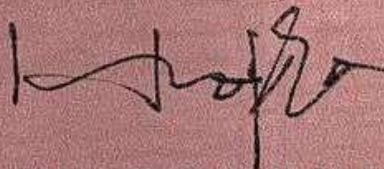
PERSETUJUAN KARYA AKHIR
RE-DESAIN VISUAL IDENTITY ONLINE THRIFT SHOP
MESECONDTTHRIFT.ID

Nama : Afdal Fajar
NIM : 17027057
Program Studi : Desain Komunikasi Visual
Departemen : Seni Rupa
Fakultas : Bahasa dan Seni

Padang, 16 Agustus 2022

Disetujui dan disahkan oleh

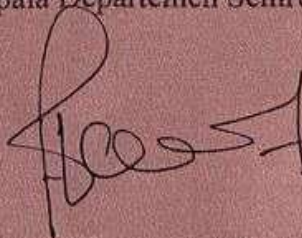
Dosen Pembimbing



Ir. Drs. Heldi, M. Si. Ph.D
NIP. 19610722.199103.1.001

Mengetahui

Kepala Departemen Senirupa



Eliya Pebriyeni, S.Pd, M.Sn.
NIP. 19830201.200912.2.001

HALAMAN PENGESAHAN

Dinyatakan Lulus Setelah Dipertahankan di Depan Tim Penguji
Karya Akhir
Departemen Seni Rupa, Fakultas Bahasa dan Seni
Universitas Negeri Padang

Judul : Re-design Visual Identity Online Thrift Shop Mesecondthrift.ID
Nama : Afdal Fajar
NIM : 17027057
Program Studi : Desain Komunikasi Visual
Departemen : Seni Rupa
Fakultas : Bahasa dan Seni

Padang, 9 September 2024

Tim Penguji :
Nama/NIP

1. Pembimbing : Ir. Drs. Heldi, M. Si. Ph.D
NIP. 19610722.199103.1.001
2. Penguji I : Hendra Afriwan, M.Sn.
NIP. 19770401.200812.1.002
3. Penguji II : Dwi Mutia Sari, S. Ds., M.Ds
NIP. 19861023.201903.2.006

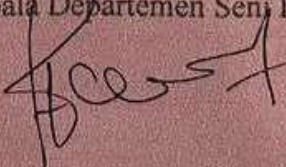
Tanda Tangan

: 1.

: 2.

: 3.

Mengetahui
Kepala Departemen Seni Rupa


Eliya Pebriyeni, S.Pd, M.Sn.
NIP. 19830201.200912.2.001

SURAT PERNYATAAN KEASLIAN NASKAH

Dengan ini saya menyatakan bahwa :

1. Karya tulis saya, *Skripsi/Karya Akhir dengan judul
RE-DESAIN VISUAL IDENTITY ONLINE THRIFT SHOP
MESECONDTHRIFT . ID
adalah asli dan belum pernah diajukan untuk mendapatkan gelar akademik, baik di Universitas Negeri Padang maupun di Perguruan Tinggi lainnya.
2. Karya tulis ini murni gagasan, pemikiran, dan rumusan saya sendiri, tanpa bantuan tidak sah dari pihak lain, kecuali arahan Tim Pembimbing.
3. Di dalam karya tulis ini tidak terdapat hasil karya atau pendapat yang telah ditulis atau di publikasikan orang lain, kecuali dikutip secara tertulis dengan jelas dan dicantumkan sebagai acuan di dalam naskah saya dengan disebutkan nama pengarangnya dan dicantumkan pada daftar pustaka.
4. Pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya, dan apabila di kemudian hari terdapat penyimpangan dan ketidakbenaran, saya bersedia menerima sanksi akademik berupa pencabutan gelar yang telah saya peroleh karena karya tulis ini, serta sanksi lainnya sesuai dengan norma dan ketentuan hukum yang berlaku.

Padang, 20

Saya yang menyatakan,



AFDAL PADAR
NIM. 17027057

**RE-DESAIN *VISUAL IDENTITY* ONLINE THRIFT SHOP
MESECONDTTHRIFT.ID**

Afdal Fajar¹, Haldi²

**Program Studi Desain Komunikasi Visual
Departemen Seni Rupa, Fakultas Bahasa dan Seni
Universitas Negeri Padang
Email: afdalfajart17@gmail.com**

Abstrak

Mesecondthrift.id merupakan platform online shop yang bergerak dibidang bisnis pakaian khusus untuk pakaian bekas yang di import dari luar negeri. Namun platform ini belum memiliki identitas, oleh karena itu dirancanglah sebuah identitas berupa logo dengan warna dan tipografi.

Tujuan perancangan re-desain *visual identity* Mesecondthrift.Id untuk menghadirkan logo yang simple, elegan, mudah di ingat, fleksible, informatif dan komunikatif, dan mencerminkan karakteristik yang kuat agar menjadi *visual identity*.

Berdasarkan mind mapping konsep perancangan dengan menggunakan kata kunci elegan, retro, dan lipatan. Konsep elemen-elemen pembentuk visual identity Mesecondthrift.id menyederhanakan bentuk dari lipatan kain, dan dikombinasikan dengan bentuk siluet orang dan disatukan dengan huruf (M).

Metode perancangan menggunakan (*glass box*) dan pendekatan analisis yang digunakan SWOT (*Strength, Weakness, Opportunity, Treat*). Proses perancangan dimulai dari observasi dan wawancara dengan owner Mesecondthrift.id. hasil perancangan sebagai media utama *manual book* dan media pendukung berupa *poster, roll banner, kartu nama, baju kaos, stiker, tote bag, social media account*.

Kata Kunci: *Visual Identity*, Logo, Mesecondthrift.id

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur penulis panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa atas berkat dan rahmat-Nyalah sehingga penulis dapat menyelesaikan laporan karya akhir yang berjudul “ **Redesain Visual Identity Online Thrift Shop Mesecondthrift.Id** ”

Tujuan dan maksud penyusunan Karya Akhir ini adalah memenuhi salah satu syarat memperoleh gelar Sarjana Desain Komunikasi Visual Jurusan Seni Rupa Universitas Negeri Padang. Penulis menyadari selama proses penyusunan karya ini telah banyak mendapatkan, bimbingan, dorongan, dan motivasi dari berbagai pihak. Oleh karena itu, penulis ingin mengucapkan terima kasih sebesar-besarnya kepada :

1. Bapak Drs. Mediagus, M.Pd selaku ketua jurusan Seni Rupa Fakultas Bahasa dan Seni, Universitas Negeri Padang.
2. Ibu Dini Faisal, S.Ds, M.Ds, selaku ketua prodi Desain Komunikasi Visual
3. Bapak Dr. Jupriani M.Sn, selaku dosen Penasehat Akademis yang telah bersedia meluangkan waktunya dalam membimbing karya akhir penulis.
4. Drs. Heldi, M.Si., Ph.D selaku dosen pembimbing yang telah bersedia meluangkan waktunya, memberi motivasi, pengarahan dan saran untuk melengkapi segala kekurangan penulisan karya akhir ini.
5. Bapak Hendra Afriwan, S.Sn, M.Sn, selaku dosen penguji II yang telah memberikan arahan dan bimbingan dalam karya akhir ini.

6. Bapak Dwi Mutia Sari S.ds M.Ds, selaku dosen penguji I yang telah memberikan arahan dan bimbingan dalam karya akhir ini.
7. Bapak dan Ibu staff pengajar Seni Rupa dan Desain Komunikasi Visual yang telah memberikan ilmunya selama proses perkuliahan sehingga sangat membantu membuka wawasan penulis.

Penulis menyadari mungkin masih banyak kekurangan dalam penulisa karya akhir ini baik yang berasal dari isi, materil dan hasil karya akhir ini. Maka dari itu penulis berharap adanya kritikan dan saran untuk menyempurnakan segala kekurangan. Akhir kata penulis berharap semoga Karya Akhir ini menjadi suatu yang dapat memberi manfaat kepada pembaca pada umumnya dan penulis khususnya. Amin.

Padang , Juli 2022

Afdal fajar

DAFTAR ISI

ABSTRAK.....	i
KATA PENGANTAR.....	ii
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Identifikasi Masalah.....	5
C. Pembatasan Masalah.....	5
D. Rumusan Masalah.....	5
E. Orisinalitas Karya	6
F. Tujuan Perancangan.....	6
BAB II KAJIAN PUSTAKA	8
A. Kajian praksis.....	8
B. Kajian teoritis.....	11
a. <i>Thift Shopping</i>	12
b. Mind Mapping	13
c. Elemen-elemen identitas visual	14
d. Fungsi dari identitas visual.....	15
e. Tujuan dari identitas visual	16
f. Logo	16
g. Prinsip-prinsip desain.....	24
h. Tinjauan warna	25
i. Tinjauan typografi.....	26
j. Layout	28
C. Karya Relevan.....	30
D. Kerangka Konseptual	32

BAB III METODE PERANCANGAN	34
A. Metode Desain	34
B. Metode Pengumpulan Data	36
C. Metode Analisis Data	37
D. Pendekatan Kreatif	39
E. Tujuan Kreatif	40
F. Program Kreatif	41
G. Media Utama dan Media Pendukung	42
H. Jadwal Kerja	44
BAB IV PERANCANGAN VISUAL	45
A. Media	45
B. Program Kreatif	51
C. Logo	55
D. Layout Media Utama	62
E. Layout Media Pendukung	64
F. Layuot Eksekusi	69
G. Layuot Komprehensif	74
H. Final Desain Media Utama	80
I. Final Desain Media Pendukung	84
J. Uji Kelayakan Desain	88
BAB V PENUTUP	91
A. Kesimpulan	91
B. Saran	92
DAFTAR RUJUKAN	93

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1 Logo Mesecondthrift.Id	33
Gambar 2 akun media sosial instagram	33
Gambar 3 akun media sosial instagram	33
Gambar 4 akun media sosial instagram	33
Gambar 4 akun media sosial instagram	33
Gambar 6 Jenis-jenis logo	33
Gambar 7 <i>Proximity</i> (Kedekatan posisi)	33
Gambar 8 <i>Similarity</i> (Kesamaan Bentuk)	33
Gambar 9 <i>Closure</i> (Penutupan Bentuk)	33
Gambar 10 <i>Continuity</i> (Kesinambungan Pola)	33
Gambar 11 <i>Figure Ground</i>	33
Gambar 13 Karya Relevan “ <i>gemstra preloved</i> ”	33
Gambar 14 <i>Mind Mapping</i> Foto oleh : Afdal fajar, 2022	50
Gambar 15. Alternatif grafik logo	54
Gambar 16. Alternatif warna.....	54

Gambar 17. Alternatif Tipografi <i>Logotype</i>	55
Gambar 18. Alternatif layout logo.....	56
Gambar 19. Alternatif layout komprehensif logo.....	56
Gambar 20. Final desain logo.....	57
Gambar 21. Deskripsi logoMesecondthrift.id	57
Gambar 22. Grid system	59
Gambar 23. Logo dalam hitam dan putih.....	59
Gambar 24. Skala identitas.....	59
Gambar 25. Layout Kasar Media Utama	60
Gambar 26 . Layout eksekusi Media Utama	60
Gambar 27. Layout Komprehensif Media Utama	61
Gambar 28. Alternatif Layout Kasar Poster.....	62
Gambar 29. Alternatif Layout Kasar Roll Banner.....	62
Gambar 30. Alternatif Layout Kasar Tote Bag	63
Gambar 31. Alternatif Layout Kasar T-Shirt	64
Gambar 32. Alternatif Layout Kasar Kartu Nama.....	65
Gambar 33. Alternatif Layout Kasar Stiker	65
Gambar 34. Alternatif Layout Kasar Social Media Account	66
Gambar 35. Alternatif Layout Eksekusi Poster.....	66

Gambar 36. Alternatif Layout Eksekusi Poster	67
Gambar 37. Alternatif Layout Eksekusi Tote Bag	68
Gambar 38. Alternatif Layout Eksekusi T-Shirt	69
Gambar 39. Alternatif Layout Eksekusi Kartu Nama.....	70
Gambar 40. Alternatif Layout Eksekusi Stiker	71
Gambar 41. Alternatif Layout Social Media Account	71
Gambar 42. Alternatif Layout Komprehensif Poster	72
Gambar 43. Alternatif Layout Komprehensif Roll Banner.....	72
Gambar 44. Alternatif Layout Komprehensif Tote Bag	73
Gambar 45. Alternatif Layout Komprehensif T-Shirt	74
Gambar 46. Alternatif Layout Komprehensif Kartu Nama	75
Gambar 47. Alternatif Layout Komprehensif Stiker	76
Gambar 48. Alternatif Layout Komprehensif Social Media Account	76
Gambar 49. Final Desain Book Guidline	77
Gambar 50. Final Desain Manual Book.....	80
Gambar 51. Final Desain Poster	81
Gambar 52. Final Desain Roll Banner	81
Gambar 53. Final Desain Tote Bag	82
Gambar 54. Final Desain Kartu Nama.....	82
Gambar 55. Final Desain Kaos Polos	83

Gambar 56. Final Desain Stiker	83
Gambar 57. Final Desain Social Media Account	84

DAFTAR TABEL

Tabel 1. Psikologi Warna.....	18
Tabel 2. Jadwal Kerja.....	43
Tabel 3. Rencana Anggaran Biaya	49
Tabel 4. Typografi.....	52
Tabel 5. Uji kelayakan manual book 1	87
Tabel 6. Uji kelayakan Manual Book 2	88

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Beragamnya *trend fashion* di kota Padang telah mengalami perkembangan yang sangat signifikan. *Fashion* sekarang bukan hanya menjadi kebutuhan sekunder saja bagi manusia. *Fashion* saat ini telah menjadi bagian dari gaya hidup manusia, dapat dilihat dari beragamnya *trend fashion* yang masuk ke kota Padang. *Fashion* sekarang tidak sebatas hanya dipakai dibadan saja namun sudah menjadi lebih dari itu. *Fashion* telah menjadi ajang untuk menunjang penampilan dan gaya hidup kalangan masyarakat.

Potensi bisnis di bidang *fashion* tidak terbatas pada baju baru saja, tapi juga pada baju bekas. Bukan hanya harga yang bisa lebih murah dibanding baju baru, tapi saat masyarakat memakai banyak yang sadar akan gaya hidup ramah lingkungan. Membeli baju terus menerus memang tidak baik untuk lingkungan. Karena industri *fashion* adalah industri yang menghasilkan polusi terbesar di dunia. Kesadaran akan hal itu membuat orang-orang mengurangi pembelian baju baru atau malah tidak membeli baju baru sama sekali dan beralih ke baju bekas. Itu alasan kenapa potensi bisnis baju bekas semakin meningkat.

Mesecondthrift.id adalah sebuah *platform online thrift shop* yang bergerak dibidang bisnis pakaian ,dan barang yang digunakan yaitu barang

bekas yang di *import* dari luar negeri dan di perjual belikan di *online shop* menggunakan media sosial yaitu Instagram. Dan Mesecondthrift.id dikelola oleh mahasiswa Universitas Islam Negeri (UIN) bernama Siti Nurjanah, dan didirikan pada Agustus 2020. *Online thrift shop* Mesecondthrift.id ini memiliki daya jual yang mempuni dibidangnya karena memiliki bahan yang berkualitas dan harga yang cukup terjangkau dipasaran sehingga Mesecondthrift.id memiliki pasarnya sendiri dibidang jual beli *online*. Namun dibalik keunggulannya, Mesecondthrift.id belum memiliki *identitas visual* yang jelas dan berkarakter sehingga banyak orang yang belum mengetahui bahwa Mesecondthrift.id ini adalah sebuah *platform online thrift shop* yang menjual produk pakaian bekas khusus wanita dan pria.



Gambar 1 Logo Mesecondthrift.id

Sumber: akun instagram Mesecondthrift.Id (2021)

Dilihat dari logo mesecondthrift.id diatas yang perlu masih banyak yang diperbaiki dari logo. Dilihat dari bentuk gambar (*logogram*) dan huruf (*logotype*) logo Mesecondthrift. Id menggunakan font sebagai *logotype* dan *logogram* diambil dari bentuk garis melekung yang dibuat secara acak dan

tidak terkonsep. Sehingga, tidak mencerminkan logo yang informatif, komunikatif, efektif dan konsisten.

Berdasarkan dari observasi awal pada hari sabtu 11 Desember 2021 dengan owner yaitu Siti Nurjanah, umur 22 tahun diketahui bahwa owner belum mengerti dan faham dengan fungsi atau tujuan dari *visual identity*. Dan logo dari Mesecondthrift.id ini hanya menggunakan font saja (ST) sebagai *logo type* dan logogram digambarkan dengan bentuk garis melengkung yang dibuat secara acak. Serta, logo Mesecondthrift.id ini juga masih sering digonta-ganti baik nama maupun logonya sehingga penulis ingin melakukan redesain logo Mesecondthrift.id supaya menjadi logo yang informatif, komunikatif, efektif dan juga konsisten.

Platform ini didirikan untuk menunjang gaya dan style muda-mudi yang gila akan *fashion* dan *oufit* bermerek. Salah satu style yang banyak diburu oleh masyarakat adalah *style vintage*, karena gaya jadul membuat orang-orang bernostalgia ke masa lalu dan memberikan karakter tersendiri. Target *audience* dari Mesecondthrift.Id ini adalah para muda-mudi dari umur 17-25 tahun. Memilih produk yang berkualitas melalui shortir.

Pemasaran produk dari Mesecondthrift.id melalui media social seperti Instagram ads dan facebook ads. Hasil yang ditemukan di lapangan Mesecondthrift.Id belum memiliki *identitas visual* dan ini yang membuat usaha Mesecondthrift.Id ini tenggelam, karena tidak banyak masyarakat yang mengetahui Mesecondthrift.id oleh karena itu penulis ingin membuat re-desain *visual identity* mengenai. *Online thrift shop* Mesecondthrift.Id.

Berdasarkan hasil observasi akhir penulis ingin melakukan redesain *visual identity* yang menggabungkan antara elemen gambar dan tulisan sehingga menjadi logo yang komunikatif, efektif, dan konsisten.

Sejauh ini *visual identity* yang digunakan Mesecondthrift.Id belum memiliki identitas dan karakter yang kuat. Dan masih banyak orang yang belum mengetahui dari platform *online thrift shop* Mesecondthrift.id ini. Berdasarkan uraian tersebut penulis akan melakukan re-desain *visual identity online thrift shop* Mesecondthrift. Oleh karena itu penulis tertarik dalam membuat perancangan ini maka penulis memberi judul karya akhir “**Re-desain Visual Identity Online Thrift Shop Mesecondthrift.Id**”.

B. Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah diatas ditemukan beberapa permasalahan yang dapat diidentifikasi sebagai berikut :

1. *Visual identity* dari Mesecondthrift.Id belum memiliki identitas yang optimal dan kuat untuk menjadi karakter dari sebuah *brand platform online thrift shop*.
2. Logo dari Mesecondthrift.id belum memiliki unsur informatif dan komunikatif.
3. Belum maksimalnya logo sehingga susah membedakan dengan brand sejenis.

C. Pembatasan Masalah

Berdasarkan identifikasi masalah yang telah dikemukakan diatas

mengenai *re-desain visual identity* Mesecondthrift.Id, maka dari itu perancangan ini dibatasi dengan permasalahan yaitu : hanya melakukan *re-desain visual identity* Mesecondthrift.Id dan perancangan *visual identity* difokuskan pada pembuatan *visual identity* (logo, skema warna) dan media komunikasi visual, sehingga menjadi optimal menjadi sebuah brand dari sebuah platform atau perusahaan.

D. Rumusan Masalah

Berdasarkan batasan masalah diatas, maka penulis mencoba merumuskan masalah yaitu, bagaimana redesain *Visual Identity Online Thrift Shop* Mesecondthrift.Id yang informatif , komunikatif, efektif dan menjadi pembeda dengan *brand fashion* lainnya.

E. Orisinalitas Karya

Penulis menyatakan bahwa karya yang penulis rancang belum pernah diangkat sebelumnya oleh penulis lainnya dan berdasarkan hasil rancangan sendiri dari data yang diperoleh secara langsung melalui wawancara dan obeservasi, serta tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis dan diterbitkan oleh orang lain, kecuali yang dikutip secara tertulis dalam naskah ini dan disebutkan dalam sumber kutipan serta daftar Pustaka, sehingga orisinalitas karya rancangan yang penulis buat dapat dipertanggung jawabkan.

F. Tujuan Perancangan

Adapun tujuan *re-desain visual identity* Mesecondthrift.Id tersebut adalah :

1. Melakukan *re-desain visual identity* Mesecondthrift.Id untuk menghadirkan logo yang simple, elegan, mudah di ingat, fleksible,

informatif dan komunikatif, dan mencerminkan karakteristik yang kuat agar menjadi *visual identity* dari brand terhadap target audien.

			L	✓			
			S		✓		
			M		✓		
			E	✓			

Kesimpulan dari hasil uji kelayakan diatas adalah identitas visual Mesecondthrift.id mendapat respon positif dari beberapa responden dan diharapkan mampu membangun citra positif di benak konsumen hingga dapat diterima oleh masyarakat.

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil pembahasan dalam identitas visual *online thrift shop* Mesecondthrift.id diawali dilakukan proses pengumpulan data melalui metode observasi, wawancara dan dokumentasi, kasus yang ditemukan di Mesecondthrift.id belum memiliki sebuah identitas visual untuk dapat diangkat ke dalam proses *identity*. Maka dari itu penulis merancang sebuah identitas visual berupa logo yang berangkat dari suatu awalan yaitu kata (lipatan) sebagai elemen utama untuk menjadi key visual dari logo mesecondthrift.id.

Pembentukan identitas *visual identity online thrift shop* Mesecondthrift.id, diselaraskan dengan target audience yang ingin dituju, sehingga perancangan media yang dipilih tepat pada sasarannya. Hal ini berkaitan dengan bentuk, warna, gaya desain yang nanti melahirkan persepsi sendiri di benak target audience. Dalam proses perancangan *online thrift shop* Mesecondthrift.id, penulis banyak mempertimbangkan bentuk, warna, serta tipografi agar dapat mencapai tujuan produk dalam sebuah identitas.

Pemilihan bentuk logogram yang terinspirasi dari bentuk lipatan kain dan dikombinasikan dengan huruf (M) sebagai inisial dari Mesecondthrift.id, penulis sendiri membuat logo melalui tahapan sketsa dan menjadi sebuah logogram. Kemudian logotype, penulis menggunakan font Segoe UI Variable Small sebagai logotype tersebut, penulis merancang logotype menggunakan jenis font sans serif yang memberikan kesan *modern*, simple. Pemilihan warna jingga untuk identitas *online thrift shop* Mesecondthrift.id ini memberikan

kesan elegan. *Visual identity online thrift shop* Mesecondthrift.id ini diterapkan pada media utama berbentuk *Book Guideline* serta media pendukung seperti *Poster, Roll Banner, Kartu Nama, Tote Bag, Stiker*, dan T-Shirt.

B. Saran

Berdasarkan pembahasan dan kesimpulan *visual identity online thrift shop* Mesecondthrift.id diatas penulis membuat beberapa saran yaitu :

1. Penulis berharap dengan adanya *visual identity online thrift shop* Mesecondthrift.id ini, konsumen mampu mengenali produk dan membedakan dengan produk competitor.
2. Adanya Identitas visual yang dapat menaikkan nilai jual dan citra online thrift shop Mesecondthrift.id yang baik agar bisa dikenali target audience serta mampu memperkenalkan produk dibidang *fashion*.

DAFTAR RUJUKAN

- Anggraini dan Nathalia. 2014. *Desain Komunikasi Visual*. Jakarta: Nuansa Cendikia.
- Afira, K.D. 2019. *Perancangan Sign System Pasar Bandar Buek Kota Padang*. (Tugas Akhir). Padang: Program Sarjana Universitas Negeri Padang.
- Hendratman, Hendi. 2017. *Computer Graphic Design*. Bandung: Informatika.
- Luzar, L.2013. Peranan Komunikasi Visual Bagi Identitas Perusahaan. *HUMANIORA*. Vol.4 No.1 528-53
- Kusnidar, Ragam Santika.2015. *Perancangan Ulang Indentitas Visual PT. Multi jaya Majumandiri*. Karya akhir tidak diterbitkan. Tangerang: Universitas Bina Nusantara.
- Prayudi. 2008. *Peta Pemikiran*. Jakarta: Gramedia.
- Rustan, S. 2009. *Mendesain Logo*. Jakarta: Gramedia
- Ratisa Y Dewi. 2019. *Perancangan Informasi Thrift Shop Melalui Media Board Game*. Bandung : Universitas Komputer Indonesia
- Soedarwanto, Hadi. (2017). “Metode Glass Box Modul ke 07 Fakultas Desain dan Seni Kreatif”. Syahfitri, Y. (2011). Teknik film animasi dalam dunia komputer. Jurnal Saintikom, 10(3), 213-217.
- Sudrajat. 2013. *Mind Mapping*. Yogyakarta: Andi
- Maulana V, Febrianto1, Heldi, Awrus2. 2018. *Perancangan Visual Branding Promosi Wisata Painan Kabupaten Pesisir Selatan Sumatera Barat* ,3 Program Studi Seni Rupa FBS Universitas Negeri Padang Vol 6, No 2 2-3
- Yudianita, T, Bangun, D, Maheni, M.T. 2020. Perancangan Visual Brand Identity Umkm Bolu Ummi. *Printing and Packaging Technology*. Volume 1. 81-91.