

VISUAL IDENTITY “WAROENG ANTE MIRA”
DIKECAMATAN MANDAU, PROVINSI RIAU

KARYA AKHIR

*Diajukan Kepada Universitas Negeri Padang Sebagai
Salah Satu Syarat Memperoleh Gelar Sarjana Desain (S.Ds)*



Disusun Oleh:

INTAN FAIRUZIA PUTRI

20027016

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

2024

HALAMAN PERSETUJUAN

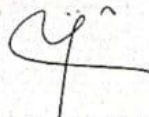
***VISUAL IDENTITY* "WAROENG ANTE MIRA" DIKECAMATAN
MANDAU, PROVINSI RIAU**

Nama : Intan Fairuzia Putri
NIM/BP : 20027016/2020
Program Studi : Desain Komunikasi Visual
Departemen : Seni Rupa
Fakultas : Fakultas Bahasa dan Seni

Padang, 7 November 2024

Disetujui dan Disahkan oleh:

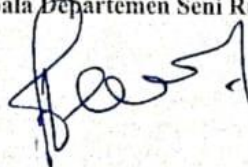
Dosen Pembimbing



Dwi Mutia Sari, S.Ds, M.Ds
NIP.19861023.201903.2.006

Mengetahui

Kepala Departemen Seni Rupa



Eliva 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 : *Visual Identity* "Waroeng Ante Mira" Dikecamatan
Mandau, Provinsi Riau
Nama : Intan Fairuzia Putri
NIM/BP : 20027016/2020
Program Studi : Desain Komunikasi Visual
Departemen : Seni Rupa
Fakultas : Fakultas Bahasa dan Seni

Padang, 14 November 2024

Tim Penguji,

	Nama/NIP
1. Pembimbing	: <u>Dwi Mutia Sari, S.Ds, M.Ds</u> NIP.19861023.201903.2.006
2. Penguji I	: <u>Ir. Drs. Heldi, M.Si, Ph.D</u> NIP. 19610722.199103.1.001
3. Penguji II	: <u>Fauzan Aulia, S.Ds, M.Ds</u> NIP. 19891111.202012.1.017

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

Visual Identity "Warung Ante Mira" di Kecamatan Mandau, Provinsi Riau

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, 8 November 2024
Saya yang menyatakan,


NIM. 20027016

**VISUAL IDENTITY “WAROENG ANTE MIRA”
DIKECAMATAN MANDAU, PROVINSI RIAU**

Intan Fairuzia Putri¹, Dwi Mutia Sari²
Program Studi Desain Komunikasi Visual
FBS Universitas Negeri Padang
Jl. Prof. Dr. Hamka, Air Tawar Barat, Kec. Padang Utara, Kota Padang
Sumatera Barat, 25171, Indonesia
intanfairuziaputri@gmail.com

Abstrak

Perancangan ini bertujuan untuk merancang identitas visual logo Waroeng Ante Mira yang informatif, komunikatif dan efektif dalam pengembangan usaha kuliner sehingga dapat memaksimalkan citranya agar bisa lebih dikenal oleh masyarakat luas. Selama 20 tahun usaha ini tidak memiliki logo hanya menggunakan label sederhana dengan sebuah tipografi, ini menyebabkan banyaknya pelanggan tidak mengenal Waroeng Ante Mira. Metode yang digunakan dalam perancangan ini adalah *Glass Box* melalui tahap persiapan, tahap inkubasi, tahap luminasi dan tahap verifikasi. Pendekatan Analisis data yang digunakan dalam perancangan ini adalah analisis SWOT (*strength, weakness, opportunity, threat*). Pada tahap persiapan Waroeng Ante Mira belum memiliki identitas yang informatif, komunikatif dan efektif. Pada tahap inkubasi perancang menentukan *keyword* Waroeng Ante Mira dengan melakukan proses *mindmapping*. Pada tahap luminasi, perancang memulai dengan membuat sketsa, *layout* eksekusi, *layout* komprehensif hingga menghasilkan desain final. Pada tahap verifikasi, dilakukan uji kelayakan melalui target *audience* mendapatkan nilai rata-rata 0,98 yang masuk kedalam kriteria sangat baik dimana *audience* berpendapat bahwa logo tersebut sudah mewakili warung makan dan mudah dikenali serta diingat. Media utama berupa identitas visual logo Waroeng Ante Mira yang diaplikasikan dalam bentuk *Neon Box* dan dilengkapi dengan media pendukung seperti *x-banner*, *visual identity guideline*, daftar menu, apron, faktur penjualan, poster, media sosial, mangkuk.

Kata kunci: *visual identity, logo, Waroeng Ante Mira, warung makan.*

KATA PENGANTAR

Segala puji dan syukur kepada Allah SWT yang Maha Kuasa, Maha Penolong, dan Pemberi Rahmat serta Kasih Sayang. Shalawat beriringan salam tidak lupa dihadiahkan kepada nabi besar Muhammad SAW. atas segala Rahmat dan Karunia-Nya, sehingga perancangan laporan karya akhir yang berjudul **“Visual Identity “Waroeng Ante Mira” Di Kecamatan Mandau, Provinsi Riau”** dapat diselesaikan.

Perancangan karya akhir ini bertujuan untuk memenuhi salah satu syarat memperoleh gelar Sarjana Desain Komunikasi Visual, Departemen Seni Rupa, di Universitas Negeri Padang. Dalam menyelesaikan karya akhir ini ada banyak bimbingan, bantuan dan motivasi dari berbagai pihak. Perancang ingin menyampaikan ucapan terima kasih kepada pihak-pihak tersebut, yakni:

1. Ibuk Dwi Mutia Sari, S.Ds., M.Ds., selaku Dosen Pembimbing karya akhir yang telah mengarahkan dan meluangkan waktunya, baik selama bimbingan karya akhir dan juga selama perkuliahan perancang di kampus ini.
2. Bapak Hendra Afriwan, M.Sn., selaku Ketua Program Studi Desain Komunikasi Visual Universitas Negeri Padang.
3. Bapak Ir. Drs. Heldi, M.Si., Ph.D. selaku Dosen Penguji I tugas akhir.
4. Bapak Fauzan Aulia, S.Ds., M.Sn. selaku Dosen Penguji II tugas akhir.
5. Bapak dan Ibu dosen Departemen Seni Rupa dan Prodi Desain Komunikasi Visual di Universitas Negeri Padang.

6. Orang tua beserta seluruh keluarga yang selalu memberikan do'a dan dukungannya kepada perancang, sehingga perancang dapat menyelesaikan karya akhir ini.
7. Teman-teman Mahasiswa/I Program Studi Desain Komunikasi Visual khususnya angkatan 2020 yang selalu memberi dukungan dan semangat serta masukan dalam karya akhir yang perancang buat.

Dalam rangka penyempurnaan karya akhir ini, perancang mengharapkan sumbangan pikiran para pembaca berupa kritikan dan saran, sehingga karya akhir ini dapat dijadikan bahan bacaan, sumber referensi dan acuan bagi siapapun yang membacanya di masa yang akan datang.

Padang, 05 November 2024

Perancang

DAFTAR ISI

ABSTRAK.....	v
KATA PENGANTAR.....	ii
DAFTAR ISI.....	iv
DAFTAR BAGAN.....	vi
DAFTAR GAMBAR.....	vii
DAFTAR TABEL.....	ix
DAFTAR LAMPIRAN.....	x
BAB I PENDAHULUAN.....	Error! Bookmark not defined.
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Identifikasi Masalah.....	3
C. Batasan Masalah.....	4
D. Rumusan Masalah.....	4
E. Tujuan Masalah.....	4
F. Orisinaliti.....	4
BAB II KAJIAN PUSTAKA.....	5
A. Kajian Praksis.....	5
1. Data Verbal.....	5
2. Data Visual.....	7
B. Kajian Teoritis.....	8
1. Visual Identity.....	8
2. Logo.....	8
3. Tipografi.....	16
4. Layout.....	17
5. Tagline.....	19
6. Warna.....	20
7. Visual Identity Guideline.....	21
8. Terori Gestalt.....	22
C. Karya Relevan.....	23
D. Kerangka Konseptual.....	25
BAB III METODE PERANCANGAN.....	26
A. Metode Perancangan.....	26

1. Tahap Persiapan	26
2. Tahap Inkubasi.....	27
3. Tahap Luminasi	27
4. Tahap Verifikasi	27
B. Teknik Pengumpulan Data	27
1. Wawancara	27
2. Studi literatur	28
3. Dokumentasi.....	28
C. Metode Analisis Data	28
BAB IV PERANCANGAN VISUAL	30
A. Tahap Persiapan	30
1. Identifikasi Data	30
B. Tahap Inkubasi	31
1. Konsep Desain.....	31
C. Tahap Luminasi	37
1. Media Utama	37
2. Media Pendukung	43
D. Tahap Verifikasi	54
1. Uji Kelayakan.....	54
BAB V PENUTUP.....	56
A. Kesimpulan	56
B. Saran	57
DAFTAR PUSTAKA.....	58
LAMPIRAN	60

DAFTAR BAGAN

Bagan 1. Kerangka Konseptual	25
------------------------------------	----

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. Waroeng Ante Mira.....	7
Gambar 2. Menu Waroeng Ante Mira.....	7
Gambar 3. <i>Picture Mark</i> dan <i>Letter Mark</i>	14
Gambar 4. Warna Primer.....	20
Gambar 5. Warna Sekunder.....	21
Gambar 6. Warna Tersier.....	21
Gambar 7. Logo Nasi Sek & Seafood.....	23
Gambar 8. Logo Warung Babe	24
Gambar 9. <i>Mindmapping Keyword</i>	31
Gambar 10. <i>Moodboard</i> Perancangan	33
Gambar 11. Sketsa <i>Moodboard</i>	37
Gambar 12. Alternatif Logo Terpilih	38
Gambar 13. <i>Layout</i> Eksekusi <i>Logogram</i> dan <i>Logotype</i>	38
Gambar 14. <i>Layout</i> Komprehensif Alternatif Logo.....	38
Gambar 15. Logo Terpilih (Logo 1)	39
Gambar 16. Final Logo Waroeng Ante Mira.....	40
Gambar 17. Logo <i>Grid Sytem</i>	40
Gambar 18. Palet Warna.....	41
Gambar 19. Sketsa Alternatif <i>Layout Neon Box</i>	42
Gambar 20. Alternatif <i>Layout Neon Box</i>	42
Gambar 21. <i>Layout</i> Komprehensif <i>Neon Box</i>	42
Gambar 22. Final <i>Neon Box</i>	42
Gambar 23. Sketsa Alternatif <i>Layout X-Banner</i>	43
Gambar 24. Alternatif <i>Layout X-Banner</i>	43
Gambar 25. <i>Layout</i> Komprehensif <i>X-Banner</i>	43
Gambar 26. Final <i>X-Banner</i>	44
Gambar 27. Sketsa Alternatif <i>Layout Cover</i> dan isi <i>Visual Identity Guideline</i>	44
Gambar 28. Alternatif <i>Layout Cover</i> dan isi <i>Visual Identity Guideline</i>	45
Gambar 29. <i>Layout</i> Komprehensif <i>Visual Identity Guideline</i>	45

Gambar 30. Final <i>Visual Identity Guideline</i>	46
Gambar 31. Sketsa Alternatif <i>Layout</i> Daftar Menu	46
Gambar 32. Alternatif <i>Layout</i> Daftar Menu	46
Gambar 33. <i>Layout</i> Komprehensif Daftar Menu	47
Gambar 34. Final Daftar Menu	47
Gambar 35. Sketsa Alternatif <i>Layout</i> Apron	47
Gambar 36. Alternatif <i>Layout</i> Apron	48
Gambar 37. <i>Layout</i> Komprehensif Apron	48
Gambar 38. Final Apron	48
Gambar 39. Sketsa Alternatif <i>Layout</i> Faktur Penjualan	49
Gambar 40. Alternatif <i>Layout</i> Faktur Penjualan	49
Gambar 41. <i>Layout</i> Komprehensif Faktur Penjualan	49
Gambar 42. Final Faktur Penjualan	50
Gambar 43. Sketsa Alternatif <i>Layout</i> Poster	50
Gambar 44. Alternatif <i>Layout</i> Poster	50
Gambar 45. <i>Layout</i> Komprehensif Poster	51
Gambar 46. Final Poster	51
Gambar 47. Sketsa <i>Layout Feed</i> dan <i>Story Instagram</i>	51
Gambar 48. <i>Layout</i> Media Sosial (Instagram)	52
Gambar 49. <i>Layout</i> Komprehensif Media Sosial (Instagram)	52
Gambar 50. Final Media Sosial (Instagram)	52
Gambar 51. Sketsa <i>Layout</i> Mangkok	53
Gambar 52. <i>Layout</i> Mangkok	53
Gambar 53. <i>Layout</i> Komprehensif Mangkok	53
Gambar 54. Final Mangkok	53

DAFTAR TABEL

Table 1. Penilaian Alternatif Logo Oleh Validator Ahli.....	39
---	----

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Wawancara kepada pelanggan Waroeng Ante Mira.....	60
Lampiran 2. Penilaian Ahli (Bapak Hendra Afriwan S.Sn., M.Sn) Kepada empat Alternatif Logo yang dipilih.....	61
Lampiran 3. Penilaian Ahli (Bapak Aditya Hanum Widarsa S.Ds., M.Ds) Kepada empat Alternatif Logo yang dipilih.....	65
Lampiran 4. Kuisioner Uji Kelayakan Final Identitas Visual kepada Target Audience.....	73

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Warung merupakan usaha kecil yang biasanya menjual berbagai jenis barang atau makanan secara sederhana. Ciri khas warung makanan memiliki ruang makan yang sederhana dan harga yang terjangkau. Dengan menyediakan menu yang bervariasi, seperti nasi goreng, mie goreng, soto, miso, bakso, ayam goreng dan hidangan lainnya. warung makan tidak hanya sekedar untuk memenuhi kebutuhan makan sehari-hari tetapi juga sering menjadi tempat nongkrong oleh warga setempat. Beberapa warung makanan bahkan dikenal dengan keunggulannya, seperti rasa khas, pelayanan yang ramah, atau lokasi yang strategis.

Di Kota Duri, Kecamatan Mandau, Provinsi Riau terdapat salah satu usaha dibidang kuliner yaitu “Waroeng Ante Mira”. Waroeng Ante Mira ini dirintis pada tahun 2004 oleh Ibu Mira. Berdasarkan wawancara pada tanggal 23 Maret 2024. Usaha ini dulunya bernama “Kantin Ante Mira” dikarenakan rumah Ibu Mira yang dekat dengan sekolah dasar, sehingga ibu Mira membuka usaha di depan teras rumahnya. Dulunya ibu Mira hanya menjual soto dan miso saja tapi seiring berjalannya waktu, dengan segmen pasar kian meningkat, ibu Mira menambah varian menu usahanya seperti miso ceker, soto ceker, nasi goreng, mie goreng, mie rebus, minas, mie becek, nasi itik dan minuman segar lainnya.

Berdasarkan hasil wawancara dengan ibu Mira, Waroeng Ante Mira ini memiliki kekuatan yaitu menyajikan masakan dengan perpaduan rasa yang khas dengan rempah-rempah, satu-satunya usaha kuliner yang berada di daerah tersebut, memiliki Lokasi yang strategis karena berada dipusat kota, memiliki layanan internet gratis porsi yang banyak, serta harga yang murah. sehingga menjadi daya tarik tersendiri oleh pelanggan Waroeng Ante Mira. Namun kekurangan dari usaha ini yaitu belum memiliki identitas visual berupa logo yang dapat merepresentasikan Waroeng Ante Mira. Selama 20 tahun usaha ini hanya menggunakan lebel sederhana dengan sebuah tipografi ini menyebabkan banyaknya pelanggan tidak mengenal Waroeng Ante Mira secara visual.

Perancang juga mewawancari 2 orang pelanggan Waroeng Ante Mira pada tanggal 29 juni 2024 dan tanggal 30 Juni 2024 mengenai alasan kenapa memilih Waroeng Ante Mira. Berdasarkan hasil wawancara tersebut alasan perancang memilih usaha Waroeng Ante Mira ini sebagai objek perancangan karena usaha ini tidak hanya sekedar tempat makan saja melainkan bisa menjadi tempat tongkrongan yang efektif bagi kalangan anak muda dan Waroeng Ante Mira mempunyai potensi yang besar untuk dikembangkan bahkan bisa dikenal ke luar daerah yang lebih luas lagi cangkupannya.

Perancangan identitas visual sangat dibutuhkan untuk membangun citra positif. Melalui perancangan ini diharapkan dapat memaksimalkan citra Waroeng Ante Mira melalui visual, dan bisa mengaplikasikan identitas

visual untuk bisa menjangkau target pasar yang luas dan mudah dikenal serta diingat oleh konsumen.

Solusi yang perancang temukan untuk permasalahan ini adalah dengan merancang identitas visual berupa logo dari usaha Waroeng Ante Mira yang dapat merepresentasikan usaha ini serta dapat memaksimalkan citranya. Oleh karena itu, berdasarkan Solusi yang perancang sebutkan, maka perancang tertarik untuk mengangkat sebuah judul karya akhir berupa: ***“Visual Identity Waroeng Ante Mira di Kecamatan Mandau, Provinsi Riau”***.

B. Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah di atas ditemukan masalah yang dapat diidentifikasi yaitu:

1. Waroeng Ante Mira belum memiliki identitas visual berupa logo.
2. Waroeng Ante Mira belum memiliki identitas visual yang merepresentasikan citranya untuk lebih dikenal oleh masyarakat luas.
3. Waroeng Ante Mira tidak memiliki identitas visual untuk memaksimalkan citranya.
4. Masih adanya pelanggan yang tidak mengenal Waroeng Ante Mira secara visual disebabkan oleh kurangnya eksposur yang konsisten terhadap identitas visual, seperti logo dan elemen desain lainnya, yang dapat membantu menciptakan kesan yang mudah diingat.

C. Batasan Masalah

Berdasarkan uraian diatas, perancangan ini dibatasi pada perancangan identitas visual berupa logo Waroeng Ante Mira yang dapat merepresentasikan serta dapat memaksimalkan citranya sehingga lebih dikenal oleh masyarakat luas.

D. Rumusan Masalah

Berdasarkan Batasan masalah di atas, maka perancang merumuskan masalah yaitu bagaimana merancang identitas visual logo Waroeng Ante Mira yang informatif, komunikatif dan efektif sebagai pengembangan usaha kuliner di kecamatan Mandau, provinsi Riau.

E. Tujuan Masalah

Adapun tujuan dalam perancangan identitas visual ini adalah untuk merancang identitas visual logo Waroeng Ante Mira yang informatif, komunikatif dan efektif dalam pengembangan usaha kuliner di kecamatan Mandau, provinsi Riau sehingga dapat memaksimalkan citranya agar bisa lebih dikenal oleh masyarakat luas.

F. Orisinalitas

Waroeng Ante Mira belum memiliki identitas visual logo yang informatif, komunikatif dan efektif. Berdasarkan observasi yang dilakukan, perancangan murni menggunakan ide dari pemikiran sendiri, dan telah melakukan wawancara.

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan permasalahan yang telah dibahas sebelumnya, perancang menggunakan metode *glass box* dalam perancangan identitas visual secara terstruktur dan sistematis. Sehingga terciptalah identitas visual berupa logo kombinasi yang dirancang dengan sederhana, mengintegrasikan elemen-elemen visual yang merepresentasikan bentuk mie dan warung. Logo ini menggunakan warna oranye sebagai simbol semangat yang merefleksikan karakter Waroeng Ante Mira. Dengan desain yang unik dan serba guna, logo ini dapat digunakan pada berbagai media promosi lainnya.

Berdasarkan validasi yang telah dilakukan kepada validator, logo yang terpilih sesuai dengan prinsip desain dan prinsip logo dengan rata-rata nilai 3,5 sehingga dikatakan logo tersebut sangat layak untuk diaplikasikan dalam bentuk media. Berdasarkan uji kelayakan yang telah dilakukan kepada *audience* menghasilkan nilai 0,98, hal ini menunjukkan bahwa 98% dari jawaban *audience* setuju dengan pertanyaan yang diajukan, yang mana berarti *audience* merasa bahwa logo tersebut memrepresentasikan warung makan dan mudah dikenali serta diingat.

Neon box dipilih sebagai media utama yang berfungsi sebagai media promosi yang efektif. Dengan pencahayaan yang terang dan mencolok, *neon box* meningkatkan visibilitas logo, sehingga pelanggan dapat dengan mudah mengenali Waroeng Ante Mira. Selain itu ada beberapa media pendukung

lain nya, seperti *x-banner*, *visual identity guideline*, daftar menu, apron, faktur penjualan, poster, media sosial, dan mangkok.

B. Saran

Berdasarkan pembahasan dan kesimpulan dalam perancangan identitas visual Waroeng Ante Mira tersebut perancang memberikan beberapa saran antara lain sebagai berikut:

1. Perancang menyarankan agar *owner* Waroeng Ante Mira untuk tetap dapat mempertahankan identitas visual berupa logo yang telah dirancang sebagai identitas dari usaha ini sehingga dapat menjaga citra dan karakter dari usaha tersebut.
2. Setelah proses perancangan identitas visual ini dilakukan, perancang menyarankan untuk *owner* agar dapat mengaplikasikan identitas visual ke media promosi. Dengan demikian, citra Waroeng Ante Mira dapat lebih maksimal serta lebih dikenal oleh masyarakat luas, terutama di era digital seperti sekarang.

DAFTAR PUSTAKA

1. Adynata Y. PERANCANGAN IDENTITAS VISUAL PT WIJAYA MULTI. 2020;
2. Kholida Qothrunnada. detikEdu. 2021 [cited 2025 Jan 4]. 7 Prinsip Dasar Desain Grafis Lengkap dengan Unsur-Unsurnya. Available from: https://www.detik.com/edu/detikpedia/d-5838921/7-prinsip-dasar-desain-grafis-lengkap-dengan-unsur-unsurnya?utm_source=chatgpt.com
3. Riska Oktaviani. vocasia. 2021 [cited 2025 Jan 4]. 5 Prinsip Desain Logo Efektif, Wajib Kamu Terapkan! Available from: https://vocasia.id/blog/prinsip-dalam-desain-logo/?utm_source=chatgpt.com
4. Hanindharputri MA, & PASI. Elemen Visual Sebagai Pembentuk Kekuatan Logo. 2018;1:161–6.
5. John Murphy & Michael Rowe. How to Design Trademarks and Logos. Ohio: North Light Books. 1998.
6. Rustan S. Mendesain Logo. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama; 2013.
7. Kusrianto A. Pengantar Tipografi. Jakarta: Elex Media Komputindo; 2013.
8. Rustan Suriyanto. Font dan Tipografi. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama; 2013.
9. Aris Kurniawan. Pengertian Tipografi dan Menurut Para ahli [Internet]. 2024 [cited 2024 Mar 27]. Available from: <https://www.gurupendidikan.co.id/pengertian-tipografi/>
10. Angela CV, Suhartono AW. ANALISA TERHADAP FEEDS INSTAGRAM DYANDRA ACADEMY SEBELUM DAN SESUDAH PENERAPAN TEORI LAYOUT. 2022.
11. Rustan S. Layout, dasar dan penerapannya. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama; 2013.
12. Siregar Romadhonna. PENGARUH PENGGUNAAN TAGLINE GRATIS ONGKIR” DAN ONLINE COSTUMER RATING TERHADAP MINAT BELI PRODUK PAKAIAN MUSLIM. 2021;
13. Mulyana EH, Nurzaman I, Fauziyah NA. UPAYA MENINGKATKAN KEMAMPUAN ANAK USIA DINI MENGENAL WARNA. Vol. 1. 2017.
14. Zharandont P. PENGARUH WARNA BAGI SUATU PRODUK DAN PSIKOLOGIS MANUSIA. 2015.
15. Purnamasari I, Winarno A, Irawan D, Aruna A, Putri Surya E, Negeri Malang Jl Semarang No U, et al. Pengembangan Brand Guideline Merk Industri Susu Lokal

History Article. 2023; Available from:
<https://journal.ilinstitute.com/index.php/caradde>

16. Coding Studio. Brand Guidelines: Pengertian, Fungsi dan Contohnya. [Internet]. 2023 [cited 2024 May 7]. Available from: <https://codingstudio.id/blog/brand-guidelines-adalah/>
17. 05_gestalt_dan_trend_logo.
18. Soedarwant H. METODE GLASS BOX [Internet]. 2018. Available from: www.mercubuana.ac.id
19. Survey Monkey. Using the Guttman scale in surveys: A comprehensive overview [Internet]. [cited 2024 Oct 30]. Available from: <https://www.surveymonkey.com/mp/how-to-use-the-guttman-scale-in-your-survey/>