

KEPUTUSAN

KETUA SEKOLAH TINGGI SENI RUPA DAN DESAIN VISI INDONESIA No. 012/STSRD VISI - D2 /I/2025

Tentang PENGANGKATAN KETUA TIM PENGUJI SKRIPSI PROGRAM STUDI DESAIN KOMUNIKASI VISUAL JENJANG STRATA SATU SEMESTER GANJIL TAHUN AKADEMIK 2024 / 2025

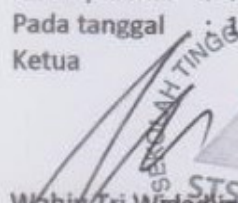
KETUA SEKOLAH TINGGI SENI RUPA DAN DESAIN VISI INDONESIA :

- Menimbang : Bahwa untuk kegiatan Ujian Skripsi Semester Ganjil Tahun Akademik 2024/2025 di lingkungan Sekolah Tinggi Seni Rupa dan Desain Visi Indonesia, dipandang perlu untuk mengangkat ketua tim penguji .
- Mengingat : 1. Undang-Undang No. 20 tahun 2003
2. Peraturan Pemerintah No. 12 Tahun 2012
3. Permendikbud No. 3 Tahun 2020
4. SK Ketua Yayasan Pendidikan Visi Yogyakarta No.04/YPVY/ Sek/II/2019 tanggal 23 Februari 2019
5. SK Ketua Yayasan Pendidikan Visi Yogyakarta No. 008/YPVY/Sek/XI/2022
6. Kalender Akademik STSRD VISI TAHUN 2024/2025
- Memperhatikan : Surat Koordinator Skripsi dan Tugas Akhir Prodi Deskomvis STSRD VISI No 007 / STSRD VISI.B1/I/ 2025 tanggal 16 Januari 2025

Memutuskan:

- Pertama : Mengangkat mereka yang namanya tersebut dalam kolom 2 (dua) lampiran Surat Keputusan ini sebagai **Ketua Tim Penguji Skripsi Semester Ganjil TA 2024 / 2025** untuk Mahasiswa Program Studi Desain Komunikasi Visual Strata Satu (S1) STSRD VISI yang tercantum dalam kolom 4 (empat) lampiran surat keputusan ini.
- Kedua : kepadanya diberikan honorarium sebesar Rp. 40.000,- (empat puluh ribu rupiah) per peserta ujian .
- Ketiga : Honorarium tersebut dalam butir dua belum dipotong pajak penghasilan (Pph 21) sesuai ketentuan yang berlaku.
- Keempat : Apabila dikemudian hari ternyata terdapat kekeliruan dalam keputusan ini akan ditinjau kembali dan diadakan perbaikan sebagaimana mestinya.
- Kelima : Keputusan ini berlaku terhitung mulai tanggal 20 Januari 2025 sampai dengan 30 Januari 2025.

Ditetapkan di : Yogyakarta
Pada tanggal : 17 Januari 2025
Ketua


Wahyu Tri Widadjaja, M.Sn
NIP. 88093052

Tembusan :

1. Bag. Kepegawaian
2. BAAK

Lampiran SK Ketua STSRD VISI No. 012/STSRD VISI - D2 /I/ 2025

NO	PENGUJI	TANGGAL UJIAN	NAMA / NIM / PRODI	JUDUL SKRIPSI
1	Dian Prajarini, ST, M.Eng.	21 Januari 2025	Sabdo Bagus Pinandito / 11191080/ DKV S1	Perancangan Logo Umkm "Malalugis Bakery" Sebagai Strategi Memperkuat Identitas Brand
			Aditya Muhsin Saputra / 11191096/ DKV S1	Perancangan Identitas Visual Dan Penerapannya Dalam Media Promosi UMKM Sablon Psp Sidomulyo
			Hizkia Kurniawijaya Hanz / 11211042 / DKV S1	Perancangan Board Game "Benteng Van Der Wijck" Sebagai Media Pembelajaran Sejarah Perang Diponegoro
2	Wahju Tri Widadijo, M.Sn	20 Januari 2025	Bayu Setiaji / 11201012 / DKV S1	Perancangan Ilustrasi Merchandise Edumpark Bantul Sebagai Media Promosi
			I Gede Trisma Dwipayana / 11221028 / DKV S1	Perancangan Buku Visual Bhagavad Gita Untuk Anak Muda Di Bali
			Nurdian Indah Lestari/ DKV 11201036 / DKV S1	Perancangan Buku Visual Batik Jetis sebagai Upaya Pelestarian Budaya Daerah Sidoarjo
			Rifki Wira Prakasa / 11221049/ DKV S1	Perancangan Buku Ilustrasi Concept Art Game Mite Gunung Tidar
3	Budi Yuwono, S.Sos, M.Sn.	20 Januari 2025	Rifki Wira Prakasa / 11221049 / DKV S1	Perancangan Buku Ilustrasi Concept Art Game Mite Gunung Tidar
			Abdu'faadillah Bimantoko / 11201005/ DKV S1	Perancangan Buku Visual Salak Pondoh Sleman Sebagai Upaya Pengenalan Dan Pelestarian
4	Nofria Doni Fitri, M.Sn	20 Januari 2025	Nurul Kholisoh Nafsah / 11191067/ DKV S1	Perancangan Antar Muka Visual Interaktif Roemah Martha Tilaar Sebagai Salah Satu Media Support Informasi Bagi Calon Pengunjung
			Era Bido / 11221017/ DKV S1	Perancangan Buku Visual Siaga Sebagai Media Informasi Bencana Alam Gempa Bumi Di Indonesia
5	Drs. M. Danang Syamsi, M.Sn	20 Januari 2025	Gumay Hadi W / 11181040/ DKV S1	Perancangan Desain Ilustrasi Tata Krama Budaya Jawa Di Media Kaus Dengan Gaya Ilustrasi Kartun Drawing
6	R. Hadapiningrani K, M.Ds.	21 Januari 2025	Clarisius Fernando Panjaitan/ 11201058/ DKV S1	Perancangangan E- Guidebook Sebagai Sarana Promosi Kawasan Candi Di Trowulan
			Yudi Sejati /11171061/ DKV S1	Perancangan Box Set Band "Bangor" Yogyakarta Sebagai Media Promosi

7	Danu Widiyanto, M.Sn	20 Januari 2025	Wijaseta Kisworo Murti / 11191090/ DKV S1	Perancangan Travel Guide Book Destinasi Wisata Laguna Barat Pantai Glagah, Kulon Progo
8	Sudjadi Tjipto Rahardjo, M.Ds.	20 Januari 2025	Syahrul Faizan / 11181068/ DKV S1	Perancangan Parang Typeface Terinspirasi Dari Ragam Motif Batik Khas Yogyakarta
			Wendy Alfrido / 11201055/ DKV S1	Perancangan Typeface "Nago Besaung" Adaptasi Motif Kain Songket Lepus Penuh Kota Palembang
9	Dwisanto sayogo, M.Ds.	21 Januari 2025	Aulia Parahita / 11221010/ DKV S1	Kajian Visual Evolusi Desain Kemasan Pada Teh Tjatoet, Teh Naga, Dan Teh Dandang
			Mohammad Faizal / 11201031/ DKV S1	Perancangan Video Reels Di Instagram Sebagai Upaya Edukasi Larangan Pembuangan Sampah Di Sungai Opak Yogyakarta
			Aditya Reza Kumara / 11191002/ DKV S1	Perancangan Campaign Penanggulangan Sampah Di Kotagede dengan Media Ilustrasi

Yogyakarta, 17 Januari 2025

Ketua STSRD VISI

Wahyu Tri Widiyanto, M.Sn
NIP. 98093052



BERITA ACARA
SIDANG UJIAN TUGAS AKHIR / PENYAJIAN AKHIR
SEKOLAH TINGGI SENI RUPA DAN DESAIN VISI INDONESIA

OK

Pada hari/ tanggal : Selasa, 21 Januari 2025
Tempat : R. 22
Waktu : 09.21

Telah dilaksanakan Sidang Ujian Tugas Akhir, Periode I / II, Semester Ganjil / ~~Ganjil~~, Th Akademik 2024/2025 Untuk saudara / saudari :

Nama : Aditya Muhsin Saputra ✓
NIM : 11191096
Program Studi : Desain Komunikasi Visual
Judul Tugas Akhir : Perancangan Identitas Visual Dan Penerapannya Dalam Media Promosi UMKM Sablon Psp Sidomulyo

Berdasarkan hasil rekapitulasi Nilai Ujian Tugas Akhir, maka saudara / saudari dinyatakan :

Lulus dengan ketentuan :

1. Wajib menyerahkan karya Tulis Tugas Akhir yang telah direvisi serta disetujui oleh dosen pembimbing, dosen penguji, KPS dan Ketua STSRD VISI. Dijilid sesuai ketentuan yang berlaku, ke lembaga paling lambat tanggal 28 / Januari / 2025
2. Apabila sampai dengan tanggal tersebut di atas, karya Tulis Tugas Akhir belum diserahkan maka hasil ujian ini dinyatakan **GUGUR**.

Remidi dengan ketentuan :

1. Yang bersangkutan diberi kesempatan untuk melakukan revisi dan menempuh ujian ulang TA pada: tanggal / /
2. Wajib melakukan daftar ulang sebagai peserta ujian TA, sesuai dengan jadwal yang telah ditentukan.

Yogyakarta, 21 / 1 / 2024

Tim Penguji :

1. Ketua : Dian Prajarini, M.Eng
2. Pembimbing : R. Hadapiningrani, M.Ds
3. Sekretaris : Lina Triyah, S.Pd

Hand
Hand
Hand

Mahasiswa :

Aditya Muhsin Saputra

Aditya

Catatan hasil sidang: Revisi :

1. ada pustaka yg tidak di sitasi & ada yg disitasi namun tidak ada di Daftar-pustaka.
2. Perbaiki Data objek & menambahkan logo awal
3. Latar belakang kenapa perlu desain ulang logo
4. Judul ditambahkan Lokasi penelitian

REKAPITULASI NILAI SIDANG UJIAN
TUGAS AKHIR / PENYAJIAN AKHIR

Nama mahasiswa : Aditya Muhsin Saputra
 NIM : 11191096
 Program Studi D3 / S1 : Desain Komunikasi Visual
 Judul : Perancangan Identitas Visual Dan Penerapannya Dalam Media
 Promosi UMKM Sablon Psp Sidomulyo

Tahun Akademik / Semester / Periode: 2024 / 2025 / II / I

No	Nama Penguji	Jabatan	Nilai				Keterangan
			1	2	3	4	
1.	Dian Prajarini, S.T, M.Eng	Ketua	80	80	80	80	80 - 100 = A 70 - 79 = B 60 - 69 = C
2.	R. Hadapiningrani K., M.Ds.	Pembimbing	84	85	80	85	50 - 59 = D
		Jumlah	89,5	82,5	80	77,5	0 - 49 = E
Nilai rata-rata			82,37				
Nilai Akhir (Huruf)			A				

Keterangan Nilai :

1. Karya
2. Pameran & Kelengkapannya
3. Konsep
4. Kemampuan Verbal

Yogyakarta, 21 Januari 2025

Sekretaris

Lucia

Lucia Triyati, S.Pd

2. Lembar Pengesahan

PERANCANGAN IDENTITAS VISUAL DAN PENERAPANYA
DALAM MEDIA PROMOSI UMKM SABLON
PSP SIDOMULYO DI BANTUL



Tugas Akhir/Skripsi ini telah diuji dan dipertahankan
di hadapan tim penguji Program Studi Desain Komunikasi Visual
Sekolah Tinggi Seni Rupa dan Desain Visi Indonesia

Pada tanggal 21 Januari 2024 di STSRD VISI Yogyakarta

Dewan Penguji

Pembimbing

R. Hidayatuningrani K., M.Ds

NIDN: 0524079001

Ketua Penguji

Dian Prajprini, S.T., M.Eng

NIDN: 0624078401

Mengetahui,

Ketua STSRD VISI

Wahyu Widiadito, M.Sn

NIDN: 0526047001

Ketua Jurusan

Dwisanto Savogo, M. Ds

NIDN: 0510128401



PERANCANGAN IDENTITAS VISUAL DAN PENERAPANYA DALAM MEDIA PROMOSI UMKM SABLON PSP SIDOMULYO DI BANTUL

Aditya Muhsin Saputra¹

R. Hadapiningrani Kusumohendrarto²

Sekolah Tinggi Seni Rupa dan Desain Visi

aditsaputra296@gmail.com¹, kusumohendrarto@gmail.com²

ARTICLE INFO	ABSTRAK
<p><i>Article history:</i> Received: Revised: Accepted:</p> <hr/> <p>Keywords: Sablon, Logo, Brand, Identitas Visual, UMKM,</p>	<p><i>Manual screen printing is included in the art of printing, which is one of the branches of fine art. Manual screen printing techniques are still widely used in printing businesses that produce packaging, t-shirts, and souvenirs. Especially in the Yogyakarta area, there are still many production houses that offer screen printing services. One of them is UMKM PSP Sidomulyo, located in the Bantul area, PSP Sidomulyo focuses on packaging screen printing services. However, these UMKM do not yet have a visual identity and social media to be able to compete with competitors and also help in reaching a wider market. To help these problems, it is proposed to design a visual identity and apply it to PSP Sidomulyo social media. This design aims to increase the value and image of PSP Sidomulyo, so that it can be maximized in promotional activities. Using qualitative methods and literature studies, with data search interviews, observations, and references to literature sources from the internet. The results of this design will be in the form of logos, visual elements, color schemes, and their application on Instagram media and other supporting media.</i></p>

1. PENDAHULUAN

Sablon termasuk dalam salah satu seni cetak dalam seni grafis, dengan teknik memindahkan gambar dari layar atau *screen* dengan kerapatan tertentu untuk memproduksi citra visual. Teknik sablon juga dikenal dengan sebutan cetak tembus atau saring. Cetak sablon merupakan proses stensil untuk memindahkan suatu citra ke atas berbagai jenis media atau bahan cetak seperti: kertas, kayu, metal, kaca, kain, plastik, kulit, dan lain-lain. Teknik sablon sampai sekarang masih banyak digunakan di Indonesia terutama di Daerah Istimewa Yogyakarta. Teknik sablon manual memiliki beberapa kelebihan seperti biaya terjangkau dengan kualitas yang baik,

kualitas yang dihasilkan sablon manual dapat menghasilkan gambar tajam, warna yang tidak mudah luntur, dan tahan lama.

Seperti usaha sablon PSP Sidomulyo, berdiri sejak tahun 1995 dan dikelola oleh bapak Mulyono, PSP Sidomulyo mempunyai rumah produksi yang bertempat di daerah Bantul, usaha ini memiliki berbagai macam jasa sablon seperti sablon undangan, plastik, kaos, souvenir, kop surat, dan kemasan. Pada awal didirikannya usaha sablon PSP Sidomulyo rata-rata menerima pesanan sablon plastik, Sampai tahun 2020 sablon plastik masih menjadi pokok dari usaha sablon PSP Sidomulyo. Pada tahun 2021 sampai sekarang pesanan sablon mengalami penurunan, tidak seperti tahun-tahun sebelumnya, dikarenakan promosi yang digunakan belum menggunakan sosial media. Promosi PSP Sidomulyo selama ini masih memakai cara manual atau secara fisik seperti penggunaan papan nama saja, selain itu logo dan elemen visual yang digunakan belum mewakili UMKM, terlebih banyak persepsi orang melihat tulisan PSP Sidomulyo mengira konsol permainan gengam. Disamping itu di daerah Bantul sudah banyak usaha sablon yang menjadi kompetitor UMKM sablon PSP Sidomulyo, banyak kompetitor yang sudah menggunakan promosi sosial media dengan identitas visual yang lebih menarik. Maka dari itu peranan dalam pembuatan logo dan identitas visual sangat diperlukan UMKM sablon PSP Sidomulyo, logo dan identitas visual yang mewakili UMKM sangat berpengaruh dalam kegiatan promosi.



Gambar 1. Logo PSP Sidomulyo saat ini
(Sumber: Dokumentasi Penulis)

Logo tetap memiliki peran yang penting karena logo merupakan identitas *visual* dari suatu brand. Melalui logo, masyarakat dapat mengenali suatu produk dan dapat mengaitkannya dengan asosiasi tertentu. Oleh sebab itu, terdapat pendapat bahwa logo harus merepresentasikan entitasnya. Logo sebagai bagian dari brand hendaknya berbeda dengan yang lainnya (Rini, Dwanoko, & Dodit, 2021). Identitas visual tidak semata hanya terwakili oleh sebuah logo namun lebih luas dari itu. Identitas visual mencakup elemen aplikasi dari sebuah logo yang terintegrasi dalam skema warna, kop surat, kartu nama, amplop, website atau bahkan interior dari toko maupun kantor dari organisasi tersebut (Widyokusumo, 2014). Perancangan ini bertujuan agar UMKM

dapat mempunyai sebuah identitas dan citra yang dapat dikenal masyarakat luas, dengan perancangan logo dan identitas visual diharapkan dapat membantu meningkatkan promosi UMKM sablon PSP Sidomulyo.

2. METODE PENELITIAN ATAU PERANCANGAN

Metode pengumpulan data yang digunakan penulis dalam perancangan ini adalah metode kualitatif dan studi pustaka. Menurut Semiawan (2010), Penelitian kualitatif banyak digunakan perusahaan dan industri dimana para peneliti ingin mengetahui keinginan dan kebutuhan konsumen, persepsi, segmentasi, dan peluang pasar. Dengan demikian metode ini banyak digunakan dalam dunia pemasaran dan bisnis pada umumnya.

a. Wawancara

Penulis mengumpulkan data melalui wawancara langsung kepada pemilik UMKM untuk mendapatkan data yang valid.

b. Observasi

Penulis datang langsung ke tempat produksi sablon PSP Sidomulyo dan mengamati proses produksi sablon, guna mendapatkan ciri khas pendukung pembuatan identitas visual.

c. Studi Literatur.

Penulis mencari informasi atau data yang terkait dengan logo dan branding untuk referensi perancangan.

3. PEMBAHASAN

3.1 Kajian Pustaka

1.) Logo

Logo adalah visual penting karena logo dapat mempresentasikan atau mewakili identitas dari suatu perusahaan, produk, dan organisasi. Logo biasanya digunakan atau di aplikasikan di berbagai media seperti papan nama, kop surat, sosial media, stempel, dll. Di era sekarang banyak penggunaan logo dengan visual yang hanya mempertimbangkan estetika saja tanpa memikirkan fungsi dari logo tersebut. Logo merupakan atribut utama brand yang terlihat secara fisik, namun logo yang baik juga harus menampilkan atribut nonfisik yang merupakan perwujudan dari visi misi, nilai, dan budaya (Sari & Kusuma, 2022).

2.) Brand Identity

Brand Identity adalah elemen visual yang mencakup beberapa elemen seperti logo, warna, tipografi, gaya visual, dan slogan, yang dimana menggambarkan dan membedakan satu brand dengan brand lainnya (Mutiara Anjani, Bayu Artha, & Purnami, 2024). Elemen-elemen tersebut biasanya digunakan atau di aplikasikan ke dalam media fisik atau media pendukung dari suatu brand.

3.) Warna

Warna mempunyai peran penting dalam sebuah desain, warna dapat menambah nilai keindahan dan menambah daya tarik dari suatu desain. Pemilihan warna juga dapat mempengaruhi emosi bagi seseorang yang melihat, maka dari itu suatu brand harus memiliki ciri khas warna tertentu yang dapat mempresentasikan suatu brand agar mudah dikenal oleh masyarakat. Unsur warna memberi perhatian paling besar terhadap tangkapan mata atau *visual* audiens, sehingga berpeluang terjadinya interaksi dengan audiens. Warna mempengaruhi psikologi dan emosi audiens, sehingga dimanfaatkan untuk menarik perhatian (Pradika, Swandi, & Mudra, 2020).

4.) Media Promosi

Tanpa adanya media promosi mungkin suatu penjualan produk ataupun jasa akan lebih sulit dalam menjangkau customer atau pasar yang lebih luas. Pentingnya media promosi seperti media sosial dalam suatu usaha dapat mengenalkan jasa atau produk yang ditawarkan. Sosial media adalah bagian dari media masa versi modern dimana pengertian sosial media merupakan sebuah media yang di dalamnya difasilitasi internet atau media online. Media sosial juga merupakan *platform* yang sangat efektif di zaman sekarang (Ramadhan, 2017).

3.2 Data

Dari hasil wawancara dan observasi penulis kepada UMKM PSP Sidomulyo, penulis mendapatkan data lengkap dari UMKM. Data yang diperoleh penulis berupa sejarah dan target audience yang diinginkan UMKM.

1.) Data profil UMKM

Nama : PSP Sidomulyo
Bisnis : Jasa Sablon
Pemilik : Mulyono

Tahun Berdiri : 1995
Hari Operasional : Senin - Sabtu
Jam Operasional : 09.00 WIB – 17.00 WIB
Harga Jasa : Rp.400 – Rp.10.000
Alamat : Sonopakis Lor, Ngestiharjo, Kec. Kasihan, Kabupaten
Bantul, Daerah Istimewa Yogyakarta 55181

1.) Sejarah PSP Sidomulyo

PSP Sidomulyo merupakan usaha sablon yang didirikan oleh Pak Mulyono pada tahun 1995. Sebelum Pak Mulyono mempunyai usaha sablon PSP Sidomulyo, pemilik UMKM sempat bekerja di sebuah percetakan yang bernama Mitra Prasaja pada tahun 1991. Setelah itu pada tahun 1993 Bapak Mulyono memutuskan pindah bekerja ke percetakan Timbul Offset yang bertempat di daerah Wijilan Yogyakarta. Bekerja di lingkup percetakan selama kurang lebih 5 tahun, pemilik UMKM mendapat pengalaman serta keterampilan dalam dunia percetakan. Disamping pengalaman tersebut Bapak Mulyono melihat peluang dari obrolan rekan kerja maupun dari customer yang mencari jasa sablon plastik kemasan, Pada tahun tersebut banyak UMKM yang membutuhkan sablon kemasan dengan harga ekonomis, disitulah Pak Mulyono memulai belajar cetak sablon secara mandiri di rumah karena alat yang cukup sederhana dan harga yang terjangkau. Setelah mencoba dan berhasil Pak Mulyono mulai menawarkan jasa sablon kepada rekan kerja dan customer di percetakan tempat Pak Mulyono bekerja. Dari menerima pesanan sablon tersebut dan berhasil dikerjakan, orderan sablon mulai berdatangan secara mulut ke mulut. Pak Mulyono akhirnya memutuskan untuk berhenti bekerja dari percetakan Timbul Offset dan mendirikan usaha sendiri pada tahun 1995 dengan nama PSP Sidomulyo, PSP sendiri dari singkatan percetakan sablon dan periklanan sedangkan nama Sidomulyo yang berarti harapan kemakmuran dari usaha sablon tersebut, nama Sidomulyo sendiri diambil karena masih ada hubungannya dengan nama pemilik UMKM yaitu Mulyono.

2.) Analisis SWOT

Dalam perancangan ini analisis SWOT akan digunakan untuk menemukan dan mengidentifikasi kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman. Menurut pendapat Wiswasta, Agung, & Tamba (2018), Analisis SWOT adalah metode perencanaan model, strategis, dan pengembangan usaha yang digunakan untuk mengevaluasi kekuatan (*strengths*), kelemahan

(*weakness*), peluang (*opportunities*) dan ancaman (*threats*) dalam suatu proyek atau spekulasi bisnis.

a. Analisis SWOT PSP Sidomulyo

<i>Strength (Kekuatan)</i>	<i>Weakness (Kelemahan)</i>
<ul style="list-style-type: none"> - Kualitas sablon lebih awet dari pada sablon print. - Harga relatif lebih ekonomis untuk kelas UMKM. - Sablon manual dapat menghasilkan warna yang tajam dan tahan lama. - Biaya produksi lebih rendah apabila produksi dengan jumlah yang banyak. - Berdiri pada tahun 1995 - Banyak konsumen tetap yang sering berlangganan 	<ul style="list-style-type: none"> - Kurangnya identitas visual yang mewakili UMKM tersebut. - Belum memiliki logo yang sesuai dengan ciri khas UMKM. - Kurangnya kegiatan promosi yang lebih meluas dan belum maksimal. - Kurangnya pemanfaatan media sosial dalam kegiatan promosi. - Kurangnya informasi di media sosial.
<i>Opportunity (Peluang)</i>	<i>Threat (Ancaman)</i>
<ul style="list-style-type: none"> - Dapat mencakup pasar yang lebih luas dengan segmentasi UMKM yang membutuhkan kemasan dengan harga terjangkau. - Berpeluang dapat bersaing dengan kompetitor dengan mengunggulkan kualitas dalam produksi. - Berpeluang mendapatkan customer baru dengan pemanfaatan sosial media yang lebih baik. 	<ul style="list-style-type: none"> - Banyak usaha sablon yang sudah menggunakan sosial media sebagai media promosi dan lebih informatif. - Konsumen lebih memilih sablon print dibandingkan dengan sablon manual karena proses pengerjaan sablon print lebih cepat. - Jumlah jasa sablon di jogja yang lumayan banyak.

b. Analisis SWOT Paxilcreative (kompetitor)

<i>Strength (Kekuatan)</i>	<i>Weakness (Kelemahan)</i>

<ul style="list-style-type: none"> - Logo dan identitas <i>visual</i> sudah mewakili UMKM tersebut - Harga ekonomis. - Informasi di media sosial sudah cukup jelas. - Mempunyai halaman WEB sebagai informasi dan media katalog. 	<ul style="list-style-type: none"> - Kurangnya aktifasi di media instagram - Kurangnya kegiatan promosi yang lebih meluas dan belum maksimal. - Kurangnya pemanfaatan media sosial dalam kegiatan promosi. - Jasa sablon tergolong masih baru. - Harga lebih mahal. - Jumlah cetak harus secara masal atau banyak.
<i>Opportunity (Peluang)</i>	<i>Threat (Ancaman)</i>
<ul style="list-style-type: none"> - Peluang mendapatkan konsumen yang baru apabila sosial media lebih aktif lagi - Berpeluang dapat bersaing dengan kompetitor dengan mengunggulkan kualitas dalam produksi. - Berpeluang mendapatkan customer baru dengan pemanfaatan media sosial yang lebih baik. - Penggerjaan sablon print lebih cepat dengan jumlah orderan yang banyak. 	<ul style="list-style-type: none"> - Calon konsumen melihat dari sosial media Instagram untuk mempertimbangkan kelayakan sebelum memulai pemesanan jasa sablon. - Kualitas sablon print masih kurang dibandingkan sablon manual.

c. Analisis SWOT Kingkong sablon jogja (kompetitor)

<i>Strength (Kekuatan)</i>	<i>Weakness (Kelemahan)</i>
<ul style="list-style-type: none"> - Sosial media instagram sudah informatif. - Banyak informasi testimoni di sosial media. - Harga ekonomis. - Mempunyai link yang tercantum di instagram dan langsung menuju chat WA admin. - Variasi jasa sablon lebih banyak. - <i>Free</i> desain 	<ul style="list-style-type: none"> - Identitas visual belum mewakili UMKM. - Logo yang belum mewakili UMKM. - Tone warna instagram feed masih kurang seirama.

<i>Opportunity (Peluang)</i>	<i>Threat (Ancaman)</i>
<ul style="list-style-type: none"> - Calon konsumen lebih percaya dengan adanya testimoni dari berbagai merek yang sudah dikerjakan UMKM. - Dapat bersaing dengan kompetitor dengan selisih harga. - Cakupan pasar lebih luas 	<ul style="list-style-type: none"> - Kompetitor dengan harga yang lebih murah dengan kualitas yang sama. - Kompetitor yang memberikan bonus lebih banyak

d. Analisis SWOT Dikemas Creative Packaging (kompetitor)

<i>Strength (Kekuatan)</i>	<i>Weakness (Kelemahan)</i>
<ul style="list-style-type: none"> - Sosial media instagram informatif. - Menggunakan konten-konten edukasi tentang sablon dan kemasan. - Logo dan identitas <i>visual</i> sudah mewakili UMKM. - Feed sosial media Instagram seirama - <i>Free</i> desain - <i>Free</i> ongkos kirim 	<ul style="list-style-type: none"> - Persaingan harga antar kompetitor jasa sablon.
<i>Opportunity (Peluang)</i>	<i>Threat (Ancaman)</i>
<ul style="list-style-type: none"> - Konten edukasi menambah peluang dalam media promosi instagram. - Dapat bersaing dengan kompetitor dengan selisih harga. - Cakupan pasar yang lebih luas 	<ul style="list-style-type: none"> - Kompetitor dengan harga yang lebih murah. - Kompetitor yang mempunyai kualitas sablon lebih bagus.

Setelah penulis melakukan analisis SWOT terhadap UMKM PSP Sidomulyo dan 3 kompetitor dari UMKM tersebut, penulis mendapatkan hasil analisis data berupa kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman dari UMKM PSP Sidomulyo. Data tersebut akan digunakan penulis untuk merancang strategi di masa mendatang dan mengambil langkah bagaimana cara terbaik yang harus dilakukan UMKM PSP Sidomulyo saat ini.

3.) Analisis Target Audiens

Target audiens adalah sekelompok orang dengan karakteristik tertentu yang berpotensi untuk target konsumen dalam suatu bisnis, target audiens harus diidentifikasi agar dalam pemasaran sesuai dengan target market.

a. Geografis

Fokus jasa sablon PSP Sidomulyo adalah sekitar wilayah Jawa Tengah terutama di Daerah Istimewa Yogyakarta

b. Demografis

1. Jenis Kelamin : Laki-laki dan perempuan
2. Usia : 21 tahun – 30 tahun
3. Pekerjaan : Mahasiswa dan pengusaha

c. Psikografis

1. Masyarakat yang mempunyai minat berbisnis
2. Memiliki usaha mikro, kecil, dan menengah

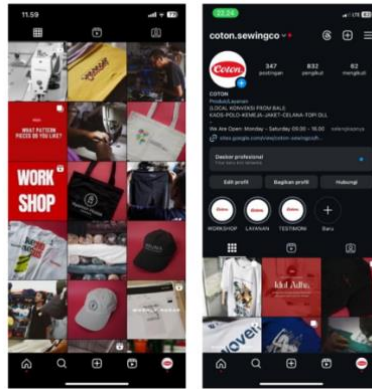
4.) Referensi Perancangan

Penulis menggunakan referensi jurnal perancangan yang ditulis oleh (Kusumohendrarto, 2021) yaitu Perancangan Ulang Logo Desa Wisata Purwosari. Referensi jurnal tersebut dijadikan acuan penulis dalam pembuatan perancangan identitas visual dengan berdasarkan alur, Penulisan, dan proses pembuatan. Perancangan Konten Sosial Media Instagram Pada Perusahaan Konveksi Coton.Sewingco (Pramastha, Narulita, & Putra, 2024) dijadikan referensi dalam pembuatan konten di dalam penerapan media promosi Instagram.



Gambar 2. Final Logo Purwosari

(Sumber: Jurnal Perancangan Ulang Logo Desa Wisata Purwosari, R Hadapainigrani Kusumohendrarto, 2021)



Gambar 3. Hasil content Social Media Instagram perusahaan Coton.Sewingco
(Sumber: Jurnal Perancangan Konten Sosial Media Instagram Pada Perusahaan Konveksi Coton.Sewingco, Pramastha, Narulita, & Putra, 2024)

5.) *Brainstorming*

Brainstorming adalah suatu teknik yang digunakan untuk mengumpulkan gagasan dengan mengembangkan pola pikir untuk mencari solusi dan menyelesaikan permasalahan. Menurut (Harianti & Margaretha, 2014) *Brainstorming* merupakan metode yang paling terkenal dan efektif untuk memunculkan berbagai ide tentang suatu masalah dalam waktu yang terbatas.

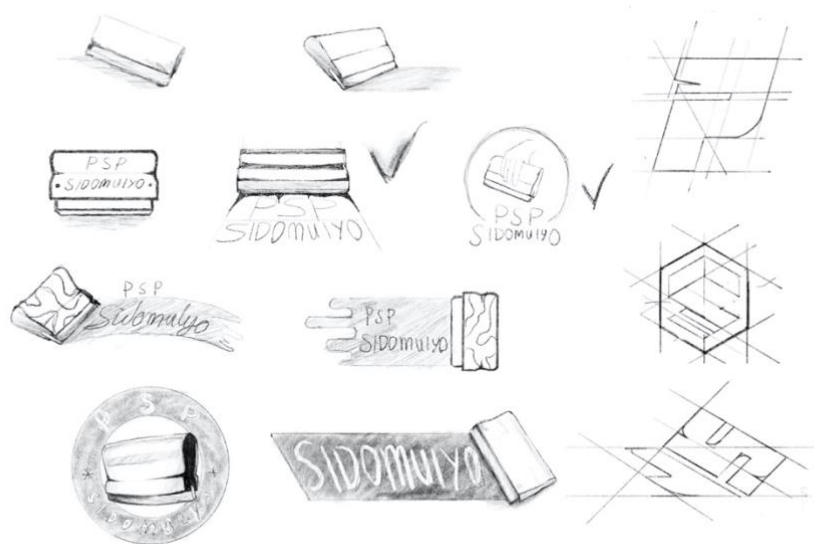


Gambar 4. Brainstorming
(Sumber: Dokumentasi Penulis)

Penulis mendapatkan hasil dari *brainstorming* berdasarkan data wawancara dan riset untuk mengetahui kata kunci sebagai dasar atau solusi dalam penyelesaian masalah. Berdasarkan hasil dari *brainstorming* dapat disimpulkan menjadi beberapa kata kunci, yaitu: Sidomulyo, Percetakan, Sablon, Periklanan, Arti nama UMKM, Logo kombinasi, Harapan, Sejahtera, dan lain-lain.

6.) Logo

Logo merupakan suatu wajah atau perwujudan visual yang mencerminkan identitas dari suatu organisasi, merek, perusahaan, dan produk dengan bertujuan dapat menyampaikan gagasan, visi, dan misi. Logo juga akan mewakili jati diri yang akan diingat masyarakat umum dengan cara mempunyai ciri khas tersendiri dalam *visual* yang ditampilkan. Logo dapat diterapkan ke dalam media cetak fisik seperti kop surat, kartu nama, banner, stample, dan media pendukung lainnya. Logo menjadi hal yang penting untuk mengenalkan *brand* ke konsumen dengan memiliki karakteristik yang dapat menyampaikan tujuan dari perusahaan atau lembaga yang menggunakannya (Januariyansah, 2018). Berikut beberapa sketsa logo yang dibuat penulis berdasarkan riset, wawancara, observasi, dan *brainstorming* yang penulis lakukan.



Gambar 5. Sketsa Logo PSP Sidomulyo
(Sumber: Dokumentasi Penulis)

Penulis membuat beberapa alternatif jenis logo yaitu logo kombinasi dan logogram, dari sketsa logo tersebut terpilihlah 3 desain berdasarkan pertimbangan dari dosen pembimbing, ketiga desain tersebut nantinya akan di sempurnakan secara *visual* dan akan di presentasikan kepada pemilik UMKM PSP Sidomulyo. Berikut logo yang sudah dilakukan penyempurnaan dan pemilihan warna untuk di presentasikan kepada pemilik UMKM.



Gambar 6. Alternatif logo PSP Sidomulyo
(Sumber: Dokumentasi Penulis)

7.) Logo Terpilih

Setelah penulis menjelaskan mengenai konsep dari beberapa alternatif logo yang dibuat kepada pemilik UMKM, pemilik UMKM memilih logo kedua. Menurut pemilik UMKM logo kedua dapat merepresentasikan identitas dari usaha sablon PSP Sidomulyo dengan bentuk alat sablon atau biasa disebut Raket yang sedang mengesut tulisan SIDOMULYO. Sedangkan warna yang digunakan adalah warna merah, biru dongker, dan putih tulang. Warna merah dalam budaya Tionghoa melambangkan kemakmuran seperti arti nama Sidomulyo, warna biru dongker memiliki arti profesionalitas, dan warna putih tulang memberikan sentuhan kehangatan dan fleksibel.



Gambar 7. Logo terpilih
(Sumber: Dokumentasi Penulis)

Konsep dari perancangan logo PSP Sidomulyo menggunakan logo kombinasi, dengan mengkombinasikan simbol dan teks dengan baik agar tercipta logo yang memiliki kesan menarik dan berbeda dengan kompetitor. Visual pada logo ini dibuat dengan kesan *Bold dan* semi abstrak.

8.) Filosofi Logo



Gambar 8. Konsep Logo PSP Sidomulyo
(Sumber: Dokumentasi Penulis)

Logo PSP Sidomulyo memiliki filosofi dari setiap bagian logonya dengan harapan dapat memberikan kesan identitas dan nilai *value* dari UMKM tersebut.

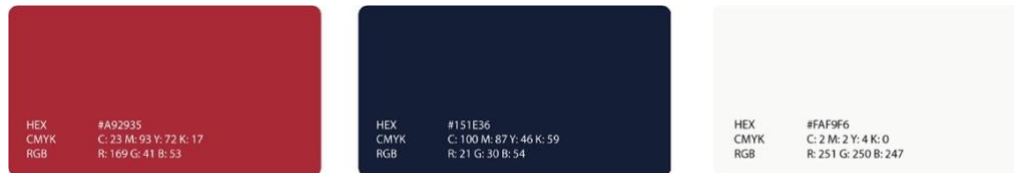
- a. **Raker**, menyimbolkan identitas dari UMKM yang bergerak di bidang sablon.
- b. **Perspektif Tulisan Sidomulyo**, memberikan kesan dinamis dengan objek raker, memiliki arti dalam setiap pengerjaan sablon mengutamakan ketepatan dan kesempurnaan.
- c. **Tulisan PSP**, memiliki singkatan Percetakan, Sablon, dan Periklanan, diposisikan diatas raker dengan arti akan selalu menjadi pegangan, kebanggaan, dan rasa memiliki.
- d. **Gesutan Tulisan Sidomulyo**, Memberikan kesan sedang mengerjakan sablon dengan tulisan Sidomulyo, memiliki arti doa dan harapan kepada usaha konsumen yang sedang dikerjakan menjadi maju dan sejahtera.

Logotype yang digunakan oleh penulis dalam pembuatan logo PSP Sidomulyo adalah jenis Slab serif, jenis font ini memiliki ekor atau kait dibagian ujung *strokes* tetapi terlihat seperti blok dan solid, font ini merupakan perpaduan antara serif dan sans serif. Penggunaan jenis font ini untuk membuat tampilan logo menjadi klasik namun tetap memiliki kesan tegas.

9.) Warna

Warna merupakan bagian *visual* penting dalam pembuatan sebuah logo, warna dapat mempengaruhi emosi atau psikologi seseorang yang melihatnya. Warna adalah sebuah subjek yang menjadi salah satu hal penting dalam mempengaruhi daya tarik sebuah visual, benda, karya,

dan desain. Warna juga dapat memberikan vibrasi tertentu di dalam sebuah desain (Monica & Luzar, 2011). Dalam perancangan logo PSP Sidomulyo menggunakan kombinasi 3 warna, diantaranya warna merah tua, biru dongker, dan putih tulang.



Gambar 9. Color Pallet Logo PSP Sidomulyo
(Sumber: Dokumentasi Penulis)

Berikut merupakan filosofi atau makna dari warna yang digunakan dalam perancangan logo PSP Sidomulyo.

- Merah Tua**, Warna ini digunakan dengan makna atau simbol kemakmuran, daya tarik, dan secara psikologis warna merah tua dapat menarik perhatian.
- Biru Donker**, Warna ini digunakan karena jika dikombinasikan dengan warna merah tua memiliki perpaduan estetika, biru donker memberikan kesan kepercayaan dan profesionalisme.
- Putih Tulang**, Di dalam dunia sablon warna putih merupakan warna dasar yang hampir selalu digunakan, warna putih tulang memberikan sentuhan kehangatan dan fleksibel.

10.) Tipografi

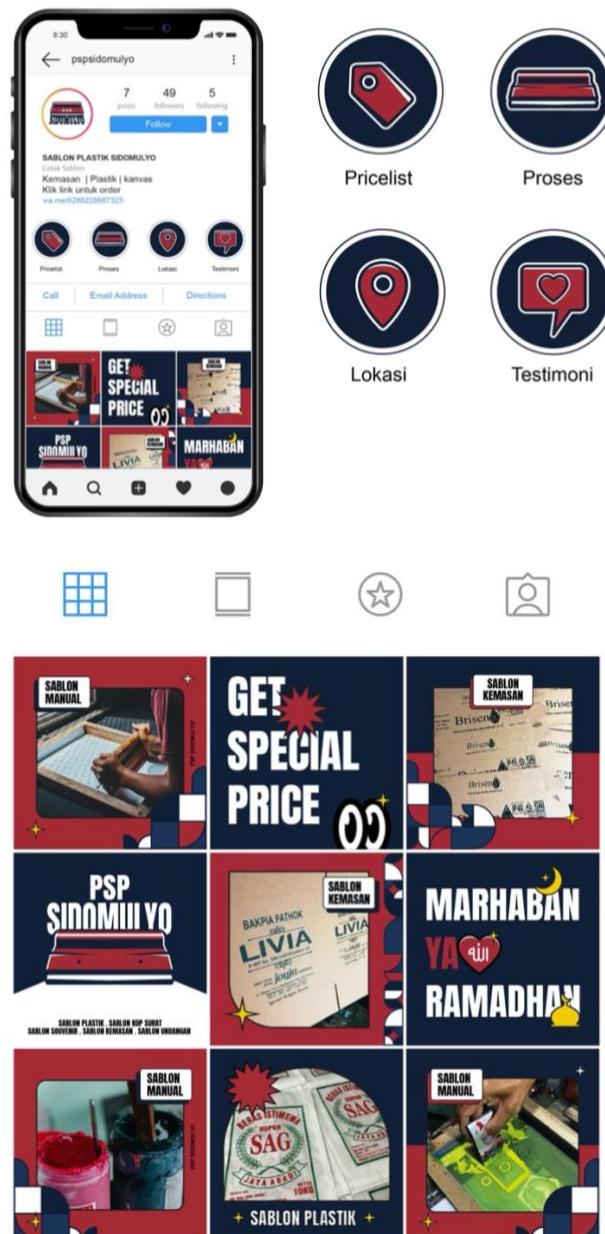
Tipografi merupakan bagian penting yang harus diperhatikan dalam pembuatan logo, karena dalam penyampaian informasi harus dapat mudah dibaca dan mencerminkan identitas dari brand. Penerapan tipografi yang tepat merupakan aspek penting karena tipografi dapat mempengaruhi kesan *visual* pada suatu *brand*, tipografi juga menjadi representasi visual sehingga karakter setiap huruf mencerminkan citra merek yang diwakilinya (Sulaiman, 2023).

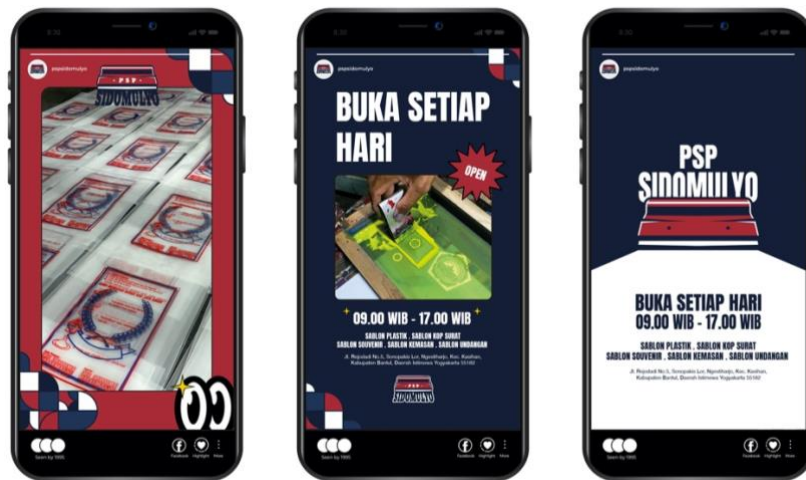
MOUL REGULAR
A B C D E F G H I J K L M N O P Q R S T U V W X Y Z
a b c d e f g h i j k l m n o p q r s t u v w x y z
1 2 3 4 5 6 7 8 9 0

Gambar 10. Moul Regular Font
(Sumber: Dokumentasi Penulis)

11.) Penerapan media promosi Instagram

Instagram menjadi media yang penting dalam kegiatan promosi produk maupun jasa. Mengingat perkembangan zaman yang sudah serba digital, maka sebuah usaha harus mengikuti perkembangan tersebut. PSP Sidomulyo selama ini belum memiliki media promosi digital, media sosial Instagram menjadi pilihan dalam kegiatan promosi dengan bertujuan dapat bersaing dengan kompetitor dan dapat menjangkau pasar yang lebih luas lagi. Penulis akan membuat beberapa desain yang akan diterapkan pada sosial media Instagram seperti desain *feed*, *story*, dan *icon highlight*. Instagram menjadi media yang menjanjikan untuk berbagai akun, seperti akun informasi, berita, *online shop*, dan ajang promosi (Feroza & Misnawati, 2020).





Gambar 11. Mockup penerapan pada media sosial Instagram
(Sumber: Dokumentasi Penulis)

12.) Media Pendukung

Media pendukung sebagai bentuk penerapan visual logo atau gambaran visual untuk memperlihatkan bagaimana penerapan identitas visual tersebut pada media-media yang nantinya akan digunakan untuk kepentingan branding UMKM.

a.) Kartu Nama

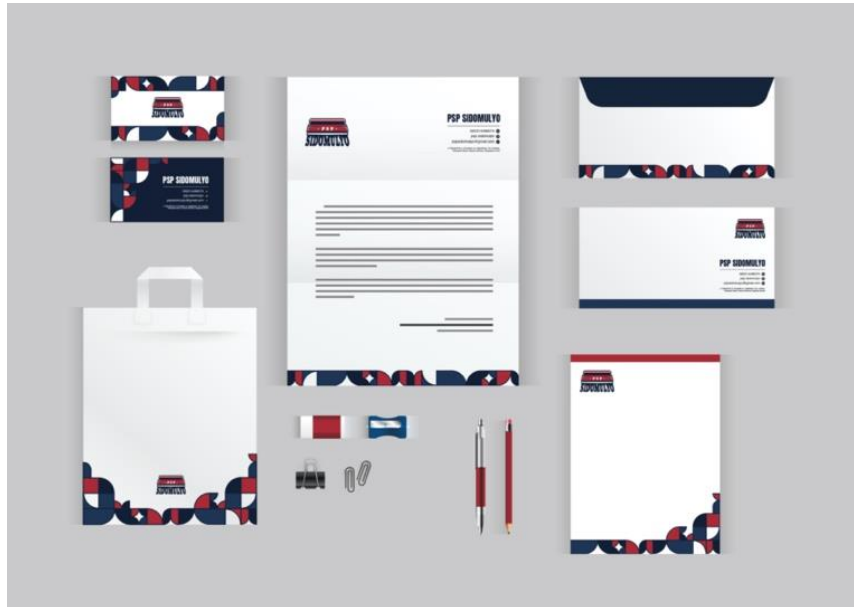
Kartu nama merupakan media penting bagi suatu usaha karena berfungsi sebagai identitas pengenalan yang berisi informasi usaha, alamat perusahaan dan informasi kontak.



Gambar 12. Kartu Nama
(Sumber: Dokumentasi Penulis)

b.) *Stationary*

Perlengkapan dalam keperluan kantor sebagai media tulis dengan menerapkan identitas visual dari UMKM PSP Sidomulyo.



Gambar 13. Stationary
(Sumber: Dokumentasi Penulis)

c.) Papan Nama

Sebagai *sign* atau pengenal tempat produksi UMKM, bermanfaat memudahkan calon pelanggan mencari lokasi rumah produksi.



Gambar 14. Papan Nama
(Sumber: Dokumentasi Penulis)

d.) *Apron*

Dalam proses produksi sablon dibutuhkan *apron* sebagai pelindung baju dari cat yang sering kali dapat terkena baju, selain melindungi dalam proses produksi *apron* juga dapat menunjang identitas UMKM.



Gambar 14. Apron
(Sumber: Dokumentasi Penulis)

e.) *Brosur*

Merupakan media yang digunakan membantu dalam promosi secara fisik dengan memuat informasi tentang UMKM Sidomulyo.



Gambar 15. Brosur
(Sumber: Dokumentasi Penulis)

f.) Brand Guidelines

Brand Guidelines membantu dalam mengkomunikasikan identitas brand dengan konsisten, juga dapat membangun wajah dari suatu brand yang kuat dan mudah dikenali.



Gambar 16. Brand Guideline
(Sumber: Dokumentasi Penulis)

Perancangan ini diawali dengan pengamatan penulis terhadap UMKM PSP Sidomulyo, dimana terdapat suatu permasalahan yang dapat diselesaikan atau dibantu dengan keilmuan Desain Komunikasi Visual. Setelah itu penulis menganalisa permasalahan tersebut dan memutuskan untuk membuat Identitas Visual dengan penerapannya di media promosi Instagram. Selanjutnya penulis mencari data UMKM dengan cara wawancara kepada pemilik UMKM, observasi, dan studi literatur. Kemudian penulis melanjutkan proses analisis SWOT dan menentukan target audiens, setelah itu penulis membuat beberapa opsi sketsa logo yang akan dipresentasikan kepada dosen pembimbing, terpilih 3 logo yang akan disempurnakan secara visual dan ketiga logo tersebut akan dipresentasikan kepada pemilik UMKM. Setelah logo terpilih, penulis melanjutkan membuat supergrafis yang nantinya akan digunakan dalam pendukung visual di media yang berkaitan dengan UMKM PSP Sidomulyo, terutama membantu dalam penerapan di media sosial Instagram. Beberapa media pendukung juga dibuat oleh penulis seperti kartu nama, *Stationary*, Apron, Brosur, dan terakhir Brand Guidelines.

4. KESIMPULAN

PSP Sidomulyo merupakan salah satu UMKM yang bergerak di bidang jasa sablon manual, dengan teknik dan kualitas yang dapat berpotensi bersaing dengan kompetitor untuk menjangkau pasar yang lebih luas. Akan tetapi kurangnya identitas visual yang mencerminkan UMKM PSP Sidomulyo, terlebih kegiatan promosi PSP Sidomulyo juga belum terlaksana, maka dari potensi dan permasalahan tersebut perancangan ini membantu memberikan solusi dalam pembuatan identitas visual berupa logo yang dapat merepresentasikan citra UMKM PSP Sidomulyo. Dengan bertujuan informasi dari PSP Sidomulyo dapat tersampaikan kepada masyarakat. Perancangan ini akan diterapkan dalam media pendukung dalam kegiatan promosi untuk meningkatkan eksistensi dan citra dari UMKM. Dalam proses perancangan ini banyak mempertimbangkan aspek-aspek seperti *target audience*, kekuatan UMKM, dan aspek visual seperti logo, warna, dan font. Supaya tercipta logo berciri khas, berbeda, dan informatif. Sejalan dengan pendapat Kusumohendrarto (2021), Identitas visual sebuah merek merupakan jati diri yang dapat menjadi pembeda serta ciri khas sehingga akan tertanam dalam benak seseorang yang melihatnya.

DAFTAR PUSTAKA

- Feroza, C. S., & Misnawati, D. (2020). PENGGUNAAN MEDIA SOSIAL INSTAGRAM PADA AKUN @YHOOPHIL_OFFICIAL SEBAGAI MEDIA KOMUNIKASI DENGAN PELANGGAN. *JURNAL INOVASI*, 32-41.
- Harianti, A., & Margaretha, Y. (2014). PENGEMBANGAN KREATIVITAS MAHASISWA DENGAN MENGGUNAKAN METODE BRAINSTORMING DALAM MATA KULIAH KEWIRAUSAHAAN . *Jurnal Manajemen*, 175-192.
- Januariyansah, S. (2018). ANALISIS DESAIN LOGO BERDASARKAN TEORI: EFEKTIF DAN EFISIEN. *Universitas Negeri Yogyakarta*.
- Kusumohendrarto, R. (2021). Perancangan Ulang Logo Desa Wisata Purwosari Sebagai Kesiapan Wajah Baru Destinasi Brand Setelah Pandemi Covid-19. *AKSA*, 692-701.
- Monica, & Luzar, L. C. (2011). EFEK WARNA DALAM DUNIA DESAIN DAN PERIKLANAN. *HUMANIORA*, 1084-1096.
- Mutiara Anjani, N. C., Bayu Artha, I. I., & Purnami, P. S. (2024). PERANCANGAN BRAND IDENTITY UMKM STEAK IJOW JALANAN DALAM UPAYA MENINGKATKAN BRAND AWARENESS DI MADE BLEZ STUDIO . *Desain Komunikasi Visual*, 219-229.
- Pradika, M. A., Swandi, I., & Mudra, I. (2020). Kajian Ilustrasi, Tipografi, Dan Warna Dalam Membentuk Estetika Pada Desain Kemasan Pod Cokelat Edisi Dark Chocolate Bali. *Seni Rupa dan Desain*, 59-63.

- Pramastha, I. I., Narulita, E. T., & Putra, G. S. (2024). PERANCANGAN KONTEN SOSIAL MEDIA INSTAGRAM PADA PERUSAHAAN KONVEKSI COTON.SEWINGCO. *ISI Denpasar*, 1-6.
- R. A., Dwanoko, Y. S., & D. S. (2021). PELATIHAN DESAIN LOGO DAN KEMASAN PRODUK UMKM DI WILAYAH SEKARPURO KECAMATAN PAKIS KABUPATEN MALANG. *Jurnal Aplikasi Dan Inovasi Ipteks SOLIDITAS*, 69-79.
- Ramadhan, F. H. (2017). PEMANFAATAN MEDIA SOSIAL INSTAGRAM AKUN @MR.CREAMPUFF SEBAGAI PROMOSI DALAM MENINGKATKAN PENJUALAN. 1-17.
- Sari, N. R., & Kusuma, N. P. (2022). ANALISIS SEMIOTIK NASIONALISME PADA LOGO MASKAPAI BATIK AIR. *Jurnal SEMIOTIKA*, 114-124.
- Semiawan, C. R. (2010). *Metode penelitian kualitatif*. Grasindo.
- Sulaiman, A. M. (2023). *DESAIN TIPOGRAFI DALAM KEMASAN*. MITRA CENDEKIA.
- Widyokusumo, L. (2014). MENINGKATKAN CITRA UKM MELALUI PERANCANGAN ULANG IDENTITAS VISUAL . *Humaniora*, 163-171.
- Wiswasta, I. A., Agung, I. A., & Tamba, I. (2018). *Analisis SWOT (Kajian Perencanaan Model, Strategi, Dan Pengembangan Usaha)* . Unmas Press.

LAMPIRAN

1. Lembar Perstujuan Pembimbing

PERANCANGAN IDENTITAS VISUAL DAN PENERAPANYA
DALAM MEDIA PROMOSI UMKM SABLON
PSP SIDOMULYO DI BANTUL



Disusun Oleh:
ADITYA MUHSIN SAPUTRA
11191096

PROGRAM STUDI DESAIN KOMUNIKASI VISUAL
STRATA 1
SEKOLAH TINGGI SENI RUPA DAN DESAIN VISI INDONESIA
YOGYAKARTA

Menyetujui Dosen Pembimbing

Tanggal,

R. Imaningrati K., M.Ds
NIDN: 0524079001

4. Dokumentasi Sidang



5. Lembar Konsultasi



F.STSRD VISI/B.5

SEKOLAH TINGGI SENI RUPA DAN DESAIN VISI INDONESIA

LEMBAR KONSULTASI
BIMBINGAN TUGAS AKHIR D3
PRODI DESAIN KOMUNIKASI VISUAL

NAMA : ADITYA MAHESIN SAPUTRA NIM 1191096
SEMESTER : II TAHUN AKADEMIK : 2024/2025
JUDUL TA : PERANCANGAN IDENTITAS VISUAL DAN PENERAPANNYA
DALAM MEDIA PROMOSI UMKM JABON DSP SIDOMULYO
PEMBIMBING : R. HADAPINICRANI KUMUMOHENDRARTO M.D.

TANGGAL	KOREKSI	SARAN	PARAF PEMBIMBING
18 Okt 2024		Preparat ke jurnal	<u>[Signature]</u>
14 Nov 2024	sketsa logo dan buat brainstorming	sketsa 10 logo	<u>[Signature]</u>
20 Nov 2024	Penulisan, alternatif logo	Analisis SWOT dan tambahkan logo, font, warna	<u>[Signature]</u>
26 Nov 2024	warna logo, bentuk	Font dan warna	<u>[Signature]</u>
4 Des 2024	analisis SWOT, Desain	tambahkan logo, warna	<u>[Signature]</u>
12 Des 2024	revisi desain instagram	lanjutan progres	<u>[Signature]</u>
19 Des 2024	revisi desain dan penerapan media	maclur, brand guideline, desain box, stationery, bany kanya, bany nama, Bisnis	<u>[Signature]</u>
30 Des 2024		konten dan	<u>[Signature]</u>
6 Jan 2025	revisi brand dan brand guideline	Perencanaan logo, catkin planner, upload instagram	<u>[Signature]</u>
13 Jan 2025	revisi brand Guideline untuk warna, typography, Aplikasi dan pakloran	rapikan jurnal	<u>[Signature]</u>
10 Jan 2025	revisi A CC, siap maju sidang		<u>[Signature]</u>

Ketua Jurusan :
[Signature]
(Dwisanto Sayogo, M.Ds)

Pembimbing:
[Signature]
(R. Hadapinigrani Kumumohendarto, M.D)